Digital Analytics

Data Science · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
Telefon: 030 22027283
E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de
Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Aus Daten Werte schaffen und Entscheidungen auf Basis dieser Werte treffen – das ist das A und O. Nicht aufgrund von Vermutungen, sondern auf Basis echter Daten. Das spezielle Know-how dafür bekommst Du in Deiner Online-Weiterbildung Digital Analytics. Du erfährst, wie Du geeignete Anwendungsfälle identifizierst und die Leistung von datengesteuerten Methoden bewertest. Es folgen verschiedene Techniken der Datenverarbeitung und fortgeschrittene mathematische Techniken. Clusteranalyse, lineare Regression, Zeitreihenanalyse? Sind für Dich kein Problem. Ausgewählte Methoden der künstlichen Intelligenz setzt Du zur Datenanalyse und für Vorhersagen ein. Performance Measurement und Performance Management setzt Du ein, um die definierten strategischen Unternehmensziele in die Praxis umzusetzen. Du entwickelst ein Verständnis für verschiedene Aspekte des Performance-Begriffs wie z.B. finanzielle Performance-Treiber im Economic Value Added Ansatz, Bedeutung von Kunden im Customer Lifetime Value Modell oder Analyse von Prozesstreibern als Teil der kontinuierlichen Verbesserung. Dann eignest Du Dir Techniken, Methoden und Modelle der Datenbereitstellung an, aus denen Du wertvolle Informationen zur Optimierung der Geschäftsaktivitäten generierst. Dein Abschlussprojekt befasst sich mit einem praxisnahen Business Analytical Use Case.

02 Lehrplan & Module

1. Data Science

Der Kurs Data Science bietet den Rahmen, um aus Daten Wert zu schaffen. Nach einer Einführung behandelt der Kurs, wie geeignete Anwendungsfälle identifiziert und die Leistung von datengesteuerten Methoden bewertet werden. Der Kurs behandelt Techniken für die technische Verarbeitung von Daten und stellt dann fortgeschrittene mathematische Techniken und ausgewählte Methoden der künstlichen Intelligenz vor, die zur Datenanalyse und für Vorhersagen verwendet werden.
Kursinhalte
Einführung Data Science Überblick über Data Science
Tätigkeiten der Data Science
Datenquellen
Deskriptive Statistik
Use Cases und Bewertung Data Science Use Cases (DSUCs)
Bewertung
Datenvorverarbeitung Übermittlung von Daten
Datenqualität, Bereinigung und Transformation
Datenvisualisierung
Verarbeitung von Daten Stufen der Datenverarbeitung
Methoden und Arten der Datenverarbeitung
Ausgabeformate der verarbeiteten Daten
Ausgewählte mathematische Techniken Hauptkomponentenanalyse
Clusteranalyse
Lineare Regression
Zeitreihenanalyse
Methoden zur Datentransformation
Ausgewählte Techniken der künstlichen Intelligenz Stütz-Vektor-Maschinen
Künstliche neuronale Netze
Weitere Ansätze
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

2. Performance Management

Nachdem ein Unternehmen seine strategischen Ziele festgesetzt hat, steht das Management des Unternehmens vor der Herausforderung diese in die Praxis umzusetzen. Performance Measurement und Performance Management unterstützen in diesem Zusammenhang die Umsetzung von strategischen Zielen mit Hilfe von finanziellen und nicht-finanziellen Kennzahlen. Vor diesem Hintergrund lernen Studierende die Funktionen und Aufgaben von Performance Measurement und Performance Management als Teilaufgabe des allgemeinen Managements kennen. Darüber hinaus wird auch ein Verständnis verschiedener Aspekte des Performance-Begriffs vermittelt (z.B. finanzielle Performance-Treiber im Economic Value Added Ansatz, Bedeutung von Kunden im Customer Lifetime Value Modell, Analyse von Prozesstreibern als Teil eines kontinuierlichen Verbesserungsprogramms). Ein umfangreiches Verständnis von Konzepten zur Messung der finanziellen Performance ist eine zentrale Grundlage, um besser operative Performance-Treiber zu identifizieren und analysieren.
Kursinhalte
Performance Measurement als Teil des Managements Theorien vor 1950
Theorien nach 1950
Performance aus finanzieller Sicht Überprüfung traditioneller Modelle der finanziellen Performance-Messung Der Economic Value Added (EVA) Ansatz
Treiber und Einflussfaktoren der operativen Performance Fünf operative Performance-Ziele
Analyse von Performance-Treibern
Kundenrentabilitätsanalyse, Customer Lifetime Value und Benchmarking Kundenrentabilitätsanalyse
Customer Lifetime Value
Benchmarking
Bewertung und Management von intellektuellem Kapital Herausforderungen bei der Performance-Messung unter Berücksichtigung von intellektuellem Kapital
Ansätze zur Bewertung und Messung von intellektuellem Kapital
Performance-Measurement-Konzepte Ziele von Performance-Measurement-Systemen
Die Balanced Scorecard
Performance Prism und SMART Pyramid
European Foundation for Quality Management (EFQM)
Gemeinsame Merkmale verschiedener Konzepte Vergleich von Balanced Scorecard und EFQM-Excellence-Modell
Herausforderungen bei der Implementation von Performance Measurement
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

3. Business Intelligence

Bei Business Intelligence geht es um die Generierung von Informationen auf Basis von Betriebsdaten. Sie dient dazu, zielorientierte Managementpraktiken sowie die Optimierung relevanter Geschäftsaktivitäten zu ermöglichen.
Dieser Kurs stellt Techniken, Methoden und Modelle für die Datenbereitstellung und die Erzeugung, Analyse und Verbreitung von Informationen vor und diskutiert sie.
Kursinhalte
Motivation und Einführung Motivation und historische Entwicklung des Feldes
Business Intelligence als Framework
Datenbereitstellung Operative und dispositive Systeme
Das Data-Warehouse-Konzept
Architekturvarianten
Data Warehouse Der ETL-Prozess
DWH- und Data-Mart-Konzepte
ODS und Metadaten
Modellierung multidimensionaler Datenräume Datenmodellierung
OLAP-Würfel
Physikalische Speicherkonzepte
Sternenschema und Schneeflockenschema
Historisierung
Analytische Systeme Freiform-Datenanalyse und OLAP
Berichtssysteme
Modellbasierte Analysesysteme
Konzeptorientierte Systeme
Verteilung und Zugriff Informationsverteilung
Informationszugang
Aktuelle und zukünftige Anwendungsfelder von Business Intelligence Mobile Business Intelligence
Predictive and Prescriptive Analytics
Künstliche Intelligenz
Agile Business Intelligence
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

4. Digital Analytics und Strategies

Dem Marketing steht heute eine Vielzahl von Online-Instrumenten und Daten zur Verfügung. Allerdings fehlt häufig auf Grund der Menge an Informationen der Überblick, welche Daten, welche Informationen und welche Kennzahlen den Erfolgsbeitrag der jeweiligen Onlinemaßnahmen am Besten messen und dokumentieren.
Kursinhalte
Grundlagen und Aufgaben von Digital Analytics Einführung und Definition von Digital Analytics
Ziele von Digital Analytics
Daten- und Informationsquellen
Rechtliche Rahmenbedingungen
Metriken von Digital Analytics Grundlagen zu Metriken
Hits, Seitenaufrufe, Besuche und Besucher
Weitere Metriken
Grenzen von Metriken: Ungenauigkeiten und Unschärfen
Digitale Key Performance Indicators (KPIs) und deren Analyse Suchmaschinenmarketing: Kennzahlen und Analyseansätze
Social Media: Monitoring und Analyseansätze
Website: Kennzahlen und Analyseansätze
Email: Kennzahlen und Analyseansätze
Digital Strategy Development Grundlagen der Customer Journey
Ableitung von digitalen Marketingzielen entlang der Customer Journey
Anwendungs- und Gestaltungsmöglichkeiten für Digital & Mobile Campaigns
Anwendungs- und Gestaltungsmöglichkeiten für Content Marketing
Kontrolle der Strategie- und Maßnahmenumsetzung
Weiterentwicklungen und Perspektiven der Digital Analytics
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Master Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Master-Niveau ist anspruchsvoller als auf Bachelor-Niveau. Vorhandenes Grundlagenwissen im gewählten

Fachbereich ist deshalb von Vorteil.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Digital Analytics Specialist, Business Analyst, Business Intelligence Entwickler

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen