

ITP4: Soziale Netze						
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
	180 h	6	4	Jedes Semester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen a) Soziale Netze, Vorlesung b) Soziale Netze, Seminar		Sprache a) Deutsch b) Deutsch	Kontaktzeit a) 2 SWS / 22,5 h b) 2 SWS / 22,5 h	Selbst-studium a) 67,5 h b) 67,5 h	geplante Gruppengröße a) 40 b) 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul können die Studierenden ... Verständnis (2): <ul style="list-style-type: none"> die Entstehung und Entwicklung von komplexen sozialen Netzwerken in modernen Gesellschaften beschreiben verstehen, wie die moderne Gesellschaft durch digital vernetzte Systeme beeinflusst und geformt wird historische, politische, kulturelle, ökonomische und mediale Bedingungen, die die Entwicklung von sozialen Netzen beeinflussen, einordnen Anwendung (3) / Analyse (4): <ul style="list-style-type: none"> die Relevanz und Bedeutung von Formen kollektiver Identität durch mobile und soziale Netze analysieren Entwicklungen des sozialen Wandels (z.B. gesellschaftliche Mobilisierungsprozesse) großer Nutzergruppen auf die Entstehung und Entwicklung von sozialen und digitalen Netzen beziehen Synthese (5): <ul style="list-style-type: none"> Strategien zur Weiterentwicklung von sozialen Netzwerken für Unternehmenszwecke entwickeln Struktur, Funktion und Dynamik von Netzwerken nutzen, um neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln 					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Struktur und Entwicklung des Internet und World-Wide-Web Entstehung, Etablierung und Perspektiven von sozialen Netzen Soziale Netze und Globalisierung Funktionen, Strukturen, Dynamiken und Zielgruppen von sozialen Netzen Bedeutung der Struktur sozialer Netzwerke für die Effektivität und Effizienz betrieblicher Arbeitsprozesse, betriebswirtschaftliches Produkt vs. soziales Produkt Gesellschaftliche und unternehmerische Chancen und Auswirkungen neuer Kommunikationstechnologien Produktnetzwerke im Internet 					

Version	Erstellt von	Freigabe (Datum/Kürzel)	Gültig ab
1.0	IN	IN	WS 2015/16

	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Modelle der Analyse sozialer Netzwerke • Einsatzmöglichkeiten der Netzwerkanalyse z. B. für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen
4	Lehrformen a) Klausur b) Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Teilnahme an den Modulen Grundlagen der Gesellschaftswissenschaften und Empirische Methoden
6	Prüfungsformen a) 1 Klausur (3 LP) b) 1 Referat (3 LP)
7	Verwendung des Moduls Pflichtmodul der Vertiefung Sozioinformatik im Bachelor-Studiengang IT-Produktmanagement (ITP)
8	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Studiendekan
9	Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Easley, David (2010): Networks, crowds, and markets. Reasoning about a highly connected world New York: Univ. Press. • Lüdicke, Jörg (2007): Soziale Netzwerke und soziale Ungleichheit. Zur Rolle von Sozialkapital in modernen Gesellschaften. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften • Qualman, Erik (2010): Socialnomics. Wie Social-Media Wirtschaft und Gesellschaft verändern. 1. Aufl. Heidelberg, München, Landsberg, Frechen, Hamburg: mitp. • Ricken, Boris (2010): Unsichtbare Netzwerke. Wie sich die soziale Netzwerkanalyse für Unternehmen nutzen lässt. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler • Watts Duncan (2004): Six Degrees. The Science of a Connected Age. Norton & Co. <p>Weitere Literaturangaben werden in der Vorlesung bekannt gegeben.</p>

Version	Erstellt von	Freigabe (Datum/Kürzel)	Gültig ab
1.0	IN	IN	WS 2015/16