



## Veranstaltungs- und Prüfungsmerkblatt Herbstsemester 2023

### 7,031: Methoden: Web, Social und Mobile Analytics

ECTS-Credits: 3

#### Überblick Prüfung/en

(Verbindliche Vorgaben siehe unten)

dezentral - Präsentation, Digital, Gruppenarbeit Gruppennote (30%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

dezentral - Schriftliche Arbeit, Digital, Gruppenarbeit Gruppennote (70%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

#### Zugeordnete Veranstaltung/en

Stundenplan -- Sprache -- Dozent

[7.031.1.00 Methoden: Web, Social und Mobile Analytics](#) -- Deutsch -- [Stanoevska Katarina](#)

#### Veranstaltungs-Informationen

##### Veranstaltungs-Vorbedingungen

Für diese Veranstaltung gibt es keine Vorbedingungen. Von Vorteil sind Kenntnisse über Digitale Kommunikation mit Webseiten, Soziale Medien und mobile Apps.

Der Kurs ist dem Profil «Digital Channel & Customer Relationship Management» zugeordnet, kann aber auch ohne Auswahl einer Vertiefung belegt werden.

##### Lern-Ziele

Die Studierenden

- können datenbasiert, d.h. durch Anwendung von Web, Social und Mobile Analytics, Webseiten, Social Media Auftritte sowie mobile Seiten und Apps von Unternehmen analysieren und optimieren.
- können Web, Social und Mobile Analytics erklären und unterscheiden sowie von verwandten Begriffen abgrenzen.
- kennen grundlegende Web, Social und Mobile Analytics Begriffe und Kennzahlen und können diese erklären, anwenden und interpretieren. Sie können je nach Fragestellung und Kontext die richtigen Kennzahlen auswählen und berechnen.
- verfügen über ein (technisches) Grundverständnis wie und mit welchen Tools Analytics Daten gesammelt und interpretiert werden können.
- kennen die grundlegenden rechtlichen Rahmenbedingungen, die beim Sammeln und Auswerten von Analytics Daten zu beachten sind.
- kennen die verbreitetsten Analytics Tools (Google Analytics sowie Social Media Analytics Tools wie beispielsweise Facebook- und Instagram-Analytics) und können diese anwenden. Sie verstehen den Aufbau der Software, können die unterschiedlichen Bereiche der Software unterscheiden und die gesammelten Daten finden, interpretieren und aufbereiten. Sie verstehen die grundlegenden Elemente der Analytics Tools und wie diese angewendet werden.
- kennen das Berufsbild des Data Translators und verfügen über die grundlegenden Fähigkeiten für einen Berufseinstieg in diesem Bereich.

##### Veranstaltungs-Inhalt

Heutzutage kommunizieren Unternehmen mit ihren Kunden und anderen Stakeholdern über mehrere digitale Kanäle - Web, Social und Mobile - gleichzeitig. In solchen Multi-Channel Umgebungen ist es für Unternehmen wichtig, sowohl den Erfolg und die Performance jedes einzelnen Kanals als auch die der kanalübergreifenden Kommunikation zu messen und datenbasiert diese Auftritte zu optimieren. Dazu werden Web, Social und Mobile Analytics Verfahren angewendet.



Diese Veranstaltung ist eine Einführung in die Grundlagen der Web, Social und Mobile Analytics. Sie zeigt auf, wie diese Analytics Verfahren zur Optimierung des Kundenerlebnisses im Rahmen von Webseiten, Social Media Auftritten sowie mobilen Seiten und Apps von Unternehmen angewendet werden können. Neben theoretischen Grundlagen beinhaltet die Vorlesung eine praktische Einführung in kanalspezifische Analytics Tools wie:

- Google Analytics für die Optimierung von Webseiten,
- Facebook, Twitter, Instagram und LinkedIn Analytics Tools für die Optimierung der entsprechenden Social Media Auftritte, sowie
- Mobile Analytics Tools für das Optimieren mobiler Seiten und Apps.

Vertieft wird insbesondere das Arbeiten mit Google Analytics indem die Studierenden durch Industriekooperationen Zugriff auf Google Analytics von realen Webseiten bekommen und online Learning Module der Google Analytics Academy absolvieren.

Im Themenbereich Web Analytics, wird die theoretische Einführung in die Thematik im Rahmen der Vorlesungen von einem Selbststudium der Google Analytics Academy zur praktischen Einarbeitung in eines der wichtigsten und populärsten Analytics Tools begleitet.

Im Themenbereich Social Media Analytics wird ein vertiefter Einblick in die Analytics Lösungen der populärsten Social Media Plattformen ermöglicht.

Im Themenbereich Mobile Analytics wird mit Praxisbeispielen illustriert, wie mobile Seiten und Apps datenbasiert optimiert werden können.

Die im Selbststudium erarbeiteten sowie in den Vorlesungen vermittelten Kenntnisse werden bei der Analyse der Google Analytics Daten eines Praxispartners (in Gruppen) praktisch angewendet. Diese Webanalyse wird durch Social Media Analytics der Social Media Auftritte des Unternehmens ergänzt. Die Dokumentation dieser Analysen in Form eines PowerPoint Slide-Decks und dessen Präsentation vor dem Praxispartner konstituiert ein Teil der Prüfungsleistung dieses Kurses.

## Veranstaltungs-Struktur und Lehr-/Lerndesign

Dieser Kurs umfasst 3 Credits. Entsprechend liegt das Arbeitspensum für Studierende gesamthaft bei 90 Stunden. Dieses umfasst Selbststudium, Präsenzzeit und alle Prüfungsleistungen.

Die Veranstaltung besteht aus den folgenden drei inhaltlichen Teilen:

### Teil 1: Einführung und Grundlagen

In diesem ersten Teil werden die wichtigsten Begriffe definiert und rechtliche Rahmenbedingungen für Web, Social und Mobile Analytics vorgestellt und diskutiert.

### Teil 2: Kanalspezifische Analytics

In diesem Teil der Veranstaltung werden kanalspezifische Performanceindikatoren für das Optimieren von Webseiten, Social Media Auftritte und mobile Apps von Unternehmen definiert und Analytics-Ansätze sowie Tools zum praktischen Einsatz vorgestellt. Gleichzeitig wird auf die Analytics-Spezifika jedes Kanals (Web, Social und Mobile) eingegangen.

### Teil 3: Kanalübergreifende Analytics-Ansätze

Im dritten Teil der Veranstaltung werden kanalübergreifende Analytics-Ansätze vorgestellt. Beispiele für Fragestellungen in diesem Kontext sind die Analyse von Customer Journeys über mehrere Kommunikationskanäle und die Analyse von kanalübergreifenden Kommunikationmassnahmen oder Kampagnen.

Die drei inhaltlichen Teile werden begleitet vom Selbststudium der Google Analytics Academy und der Gruppenarbeit. Die Gruppenarbeit beinhaltet auch die Vorbereitung der prüfungsrelevanten schriftliche Arbeit (kommentierte Folien) und Präsentation. Das Selbststudium umfasst etwa 66 Stunden.

Die Struktur des Kontaktstudiums ist wie folgt geplant: 16 Stunden Vorlesungszeit, 3 Stunden Übungen, mind. 1 Stunde Gruppen und/oder persönliche Coaching-Termine und 4 Stunden Meetings und Präsentation mit den Industriepartnern.

## Veranstaltungs-Literatur

Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.



## Veranstaltungs-Zusatzinformationen

Bei Fragen zum Kurs wenden Sie sich bitte an Katarina Stanoevska-Slabeva: katarina.stanoevska@unisg.ch

## Prüfungs-Informationen

### Prüfungs-Teilleistung/en

#### 1. Prüfungs-Teilleistung (1/2)

##### Prüfungsmodalitäten

Prüfungstyp	Präsentation
Verantwortung für Organisation	dezentral
Prüfungsform	Mündliche Prüfung
Prüfungsart	Digital
Prüfungszeitpunkt	Vorlesungszeit
Prüfungsdurchführung	Asynchron
Prüfungsort	Off Campus
Benotungsform	Gruppenarbeit Gruppennote
Gewichtung	30%
Dauer	--

##### Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch  
Antwortsprache: Deutsch

##### Bemerkungen

--

##### Hilfsmittel-Regelung

Freie Hilfsmittelregelung

Die Hilfsmittel sind durch die Studierenden grundsätzlich frei wählbar. Allfällige Einschränkungen werden im Hilfsmittelzusatz durch die zuständigen Dozierenden definiert.

##### Hilfsmittel-Zusatz

--

---

#### 2. Prüfungs-Teilleistung (2/2)

##### Prüfungsmodalitäten

Prüfungstyp	Schriftliche Arbeit
Verantwortung für Organisation	dezentral
Prüfungsform	Schriftliche Arbeit
Prüfungsart	Digital
Prüfungszeitpunkt	Vorlesungszeit
Prüfungsdurchführung	Asynchron
Prüfungsort	Off Campus
Benotungsform	Gruppenarbeit Gruppennote
Gewichtung	70%
Dauer	--

##### Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch



Antwortsprache: Deutsch

## Bemerkungen

--

## Hilfsmittel-Regelung

Freie Hilfsmittelregelung

Die Hilfsmittel sind durch die Studierenden grundsätzlich frei wählbar. Allfällige Einschränkungen werden im Hilfsmittelzusatz durch die zuständigen Dozierenden definiert.

## Hilfsmittel-Zusatz

--

---

## Prüfungs-Inhalt

In Gruppen von ca. 5 - 6 Teilnehmern analysieren und bewerten die Studierenden die Analytics Daten von jeweils einem zugeteilten Praxispartner und erarbeiten Verbesserungsvorschläge. Das Abgabeformat ist eine detailliertes und kommentiertes PowerPoint Slide Deck. Dieses wird am Ende des Semesters vor dem Praxispartner präsentiert. Das Slide Deck und die Präsentation bilden gemeinsam die Grundlage für die Benotung. Genaue Strukturierungsvorgaben werden in der einführenden Veranstaltung zur Verfügung gestellt.

## Prüfungs-Literatur

Wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

### Wichtige Hinweise

Bitte beachten Sie, dass nur dieses Merkblatt, sowie der bei Biddingstart veröffentlichte Prüfungsplan verbindlich sind und anderen Informationen, wie Angaben auf StudyNet (Canvas), auf Internetseiten der Dozierenden und Angaben in den Vorlesungen etc. vorgehen.

Allfällige Verweise und Verlinkungen zu Inhalten von Dritten innerhalb des Merkblatts haben lediglich ergänzenden, informativen Charakter und liegen ausserhalb des Verantwortungsbereichs der Universität St.Gallen.

Unterlagen und Materialien sind für zentrale Prüfungen nur dann prüfungsrelevant, wenn sie bis spätestens Ende der Vorlesungszeit (KW51) vorliegen. Bei zentral organisierten Mid-Term Prüfungen sind die Unterlagen und Materialien bis zur KW 42 prüfungsrelevant.

Verbindlichkeit der Merkblätter:

- Veranstaltungsinformationen sowie Prüfungszeitpunkt (zentral/dezentral organisiert) und Prüfungsform: ab Biddingstart in der KW 34 (Donnerstag, 24. August 2023);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für dezentral organisierte Prüfungen: in der KW 42 (Montag, 16. Oktober 2023);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Mid-Term Prüfungen: in der KW 42 (Montag, 16. Oktober 2023);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Prüfungen: zwei Wochen vor Ende der Prüfungsabmeldephase in der KW 45 (Montag, 06. November 2023).