

Bachelor-Studienprogramm Business-Management (deutsch und englisch)

Wissenschaftliches Arbeiten	
Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	1 V, 1 S
Methoden und Techniken	1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Marktforschung	
Grundlagen der Marktforschung	1 V, 1 S
Qualitative und quantitative Forschung	1 V, 1 S
Statistik und Datenanalyse	1 S
Credits: 5	Ms/90

Kampagnen-Management	
Grundlagen Campaigning	1 V, 1 S
Integrierte Kommunikation	1 V, 1 S
Cross Media	1 S
Credits: 5	Msn/PA

Agenturarbeit	
Agenturorganisation und Management	1 V, 1 S
Unternehmensberatung und Consulting	1 S
Budgetplanung	1 V
Credits: 5	Ms/90

Reflexionsmodul	
Reflektiertes interdisziplinäres Lernen	4 S
Credits: 5	M/EP *

Lehrprojekt Unternehmen	
Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching	1 Tut
Credits: 15	Msn/PA

Volkswirtschaftslehre	
Makroökonomie	1 V
Mikroökonomie	1 V, 1 S
Internationale Wirtschaftssysteme	1 S
Credits: 5	Ms/90

IT- und Datenmanagement	
Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur	1 V
Anwendungen	1 V, 1 S
Datensicherheit und Datenschutz	1 S
Credits: 5	Ms/90

Betriebswirtschaft III	
Human Resource Management	1 V, 1 S
Arbeitsrecht	2 V
Credits: 5	Ms/90

Führung und Leadership	
Führungspsychologie und -theorien	1 V
Strategische und operative Mitarbeiterführung	1 V, 1 S
Leadership als Führungskonzept	1 S
Credits: 5	Ms/90

Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle	
Innovations- und Changemanagement	2 V
Klassische und aktuelle Theorien	2 V
Anwendungsfälle und Diskurs	1 S
Globale Strategien und internationale Kulturen	1 V, 1 S
Credits: 10	Ms/90

Betriebswirtschaft I	
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1 V, 1 S
Buchführung/ Bilanzierung	2 S
Credits: 5	Ms/90

Betriebswirtschaft II	
Kosten- und Leistungsrechnung	1 V, 1 S
Geschäftsmodelle	1 V
Investition und Finanzierung	1 S
Controlling	1 S
Credits: 5	Ms/90

Studienrichtung Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement	
Event-, Messe- und Kongressmanagement	Credits: 20
Freizeitpsychologie und Tourismuswirtschaft	
Spezielles Recht und Steuern im Tourismus	
Tourismusmanagement u. -marketing	
Internationales Hotelmanagement	Credits: 20
Destinationsmanagement und -marketing	

Studienrichtung Internationales Hotel-, Resort- und Cruisemanagement	
Freizeitpsychologie und Tourismuswirtschaft	Credits: 20
Hotel und Resort Operations	
Kreuzfahrtmanagement I	
Sales & Distribution	Credits: 20
Dienstleistungsmarketing im Hospitalitymanagement	
Kreuzfahrtmanagement II	Credits: 20
Spezielles Recht und Steuern im Tourismus	

Marketing I	
Strategisches Marketing	2 V
Märkte & Zielgruppen	1 S
Internationales Marketing	1 S
Credits: 5	Ms/90

Marketing II	
Operatives Marketing	1 V, 1 S
Marketinginstrumente	2 S
Credits: 5	Msn/PA

Studienrichtung Fußball- und Sportbusiness	
Vereins- und Verbandsmanagement	Credits: 20
Marketing-Management im Fußball	
Sportpsychologie und Trainingsmanagement	
Internationales Markenmanagement im Fußball	Credits: 20
Sportstätten- und Event-Management	
Fanmanagement	Credits: 20

Unternehmensführung I	
Grundlagen der Unternehmensorganisation	2 V
Strategisches Management	1 S
Operatives Management	1 S
Credits: 5	Ms/90

Unternehmensführung II	
Unternehmensethik / CSR	1 V, 1 S
Corporate Governance & Compliance	1 S
Corporate Brand Management	1 S
Credits: 5	Msn/PA

Studienrichtung Mode-, Trend- und Markenmanagement	
Modemanagement I: Mode und Gesellschaft	Credits: 20
Modemanagement II: Internationales Modebusiness	
Markenmanagement I: Markenführung und -qualität	
Trendmanagement	Credits: 20
Markenmanagement II: Markenkommunikation	
Markenmanagement III: Kampagnenmanagement	Credits: 20

Kommunikationsmanagement	
Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement	2 V, 1 S
Kommunikationsinstrumente und -konzeption	2 V, 1 S
Credits: 5	Ms/90

Projektmanagement	
Projektplanung	1 V
Projektorganisation	1 S
Prozesse und Ressourcenmanagement	1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Studienrichtung Versicherungsvertriebsmanagement	
Wirtschafts- und Versicherungsethik	Credits: 20
Vertriebsplanung	
Vertriebscontrolling	
Vertriebssteuerung	Credits: 20
Personalentwicklungs- und Führungstechniken	
Führen im Versicherungsvertrieb	

Recht	
Rechtsordnung	1 V
Grundlagen Bürgerliches Recht	1 V
Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht	1 S
Markenrecht	1 S
Credits: 5	Ms/90

Studienrichtung Internationales Automobilbusiness	
Automobilwirtschaft	Credits: 20
Automobilindustrie und -politik	
Automobilkommunikation	
Automobilmarketing	Credits: 20
Motorsport, Club- und Eventmanagement	
Automobilvertrieb	Credits: 20

35 Credits	
------------	--

30 Credits	
------------	--

30 Credits	
------------	--

30 Credits	
------------	--

25 Credits	
------------	--

30 Credits	
------------	--

Bachelorprojekt	
Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten	1 Tut
Credits: 15	Ms/BA

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 1 V, 1 S Methoden und Techniken 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung 1 V, 1 S Qualitative und quantitative Forschung 1 V, 1 S Statistik und Datenanalyse 1 S Credits: 5 Ms/90	Kampagnen-Management Grundlagen Campaigning 1 V, 1 S Integrierte Kommunikation 1 V, 1 S Cross Media 1 S Credits: 5 Msn/PA	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management 1 V, 1 S Unternehmensberatung und Consulting 1 S Budgetplanung 1 V Credits: 5 Ms/90	Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen 4 S Credits: 5 M/EP *	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching 1 Tut Credits: 15 Msn/PA
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie 1 V Mikroökonomie 1 V, 1 S Internationale Wirtschaftssysteme 1 S Credits: 5 Ms/90	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur 1 V Anwendungen 1 V, 1 S Datensicherheit und Datenschutz 1 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft III Human Resource Management 1 V, 1 S Arbeitsrecht 2 V Credits: 5 Ms/90	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien 1 V Strategische und operative Mitarbeiterführung 1 V, 1 S Leadership als Führungskonzept 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement 2 V Klassische und aktuelle Theorien 2 V Anwendungsfälle und Diskurs 1 S Globale Strategien und internationale Kulturen 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Bachelorprojekt Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Credits: 15 Ms/BA
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 1 V, 1 S Buchführung/ Bilanzierung 2 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1 V, 1 S Geschäftsmodelle 1 V Investition und Finanzierung 1 S Controlling 1 S Credits: 5 Ms/90	Event-, Messe- und Kongressmanagement Veranstaltungsmanagement, -marketing und -logistik 2 S, 4 P Credits: 10 Msn/PA	Tourismusmanagement und -marketing Reiseveranstaltermanagement 1 V, 1 S Tourismusmarketing 1 V, 1 P Mobilitätsmanagement 2 V, 1 S Credits: 10 Msn/PA	Gründungsmanagement Entrepreneurship 1 V, 1 S Businessplan 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	
Marketing I Strategisches Marketing 2 V Märkte & Zielgruppen 1 S Internationales Marketing 1 S Credits: 5 Ms/90	Marketing II Operatives Marketing 1 V, 1 S Marketinginstrumente 2 S Credits: 5 Msn/PA	Freizeitpsychologie und Tourismuswirtschaft Tourismusökonomie 2 V Freizeitpsychologie / -soziologie 1 V, 1 S Tourismusmarkt- und Trendforschung 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Internationales Hotelmanagement Hotelmanagement 2 V, 1 S Food und Beverage Management / Catering 1 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben 2 S Wissenschaftliche Recherche 2 S Credits: 5 Msn/PA	
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 2 V Strategisches Management 1 S Operatives Management 1 S Credits: 5 Ms/90	Unternehmensführung II Unternehmensethik / CSR 1 V, 1 S Corporate Governance & Compliance 1 S Corporate Brand Management 1 S Credits: 5 Msn/PA	Spezielles Recht und Steuern im Tourismus Spezielles Recht im Tourismus 2 V, 1 S Steuern im Tourismus 1 S Credits: 5 Ms/90	Destinationsmanagement und -marketing Destinationsmanagement 1 V, 1 S Destinationsmarketing 1 S, 1 P Credits: 5 Msn/PA		
Kommunikationsmanagement Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement 2 V, 1 S Kommunikationsinstrumente und -konzeption 2 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA				
Recht Rechtsordnung 1 V Grundlagen Bürgerliches Recht 1 V Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht 1 S Markenrecht 1 S Credits: 5 Ms/90					

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Internationales Hotel-, Resort- und Cruisemanagement

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 1 V, 1 S Methoden und Techniken 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung 1 V, 1 S Qualitative und quantitative Forschung 1 V, 1 S Statistik und Datenanalyse 1 S Credits: 5 Ms/90	Kampagnen-Management Grundlagen Campaigning 1 V, 1 S Integrierte Kommunikation 1 V, 1 S Cross Media 1 S Credits: 5 Msn/PA	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management 1 V, 1 S Unternehmensberatung und Consulting 1 S Budgetplanung 1 V Credits: 5 Ms/90	Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen 4 S Credits: 5 M/EP *	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching 1 Tut Credits: 15 Msn/PA
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie 1 V Mikroökonomie 1 V, 1 S Internationale Wirtschaftssysteme 1 S Credits: 5 Ms/90	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur 1 V Anwendungen 1 V, 1 S Datensicherheit und Datenschutz 1 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft III Human Resource Management 1 V, 1 S Arbeitsrecht 2 V Credits: 5 Ms/90	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien 1 V Strategische und operative Mitarbeiterführung 1 V, 1 S Leadership als Führungskonzept 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement 2 V Klassische und aktuelle Theorien 2 V Anwendungsfälle und Diskurs 1 S Globale Strategien und internationale Kulturen 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Bachelorprojekt Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Credits: 15 Ms/BA
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 1 V, 1 S Buchführung/ Bilanzierung 2 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1 V, 1 S Geschäftsmodelle 1 V Investition und Finanzierung 1 S Controlling 1 S Credits: 5 Ms/90	Freizeitpsychologie und Tourismuswirtschaft Tourismusökonomie 2 V Freizeitpsychologie / -soziologie 1 V, 1 S Tourismusmarkt- und Trendforschung 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Sales & Distribution Distribution 1 S Loyalty Management 1 S Yield Management / Revenue Management 1 V, 1 S Credits: 5 Ms/90		
Marketing I Strategisches Marketing 2 V Märkte & Zielgruppen 1 S Internationales Marketing 1 S Credits: 5 Ms/90	Marketing II Operatives Marketing 1 V, 1 S Marketinginstrumente 2 S Credits: 5 Msn/PA	Hotel und Resort Operations Managementstruktur und Operations 1 V Rooms Division Management 1 S Wellness- und Spa Management 1 S Kongress und Bankett / F&B Management 2 V, 1 S Credits: 10 Msn/PA	Dienstleistungsmarketing im Hospitalitymanagement Qualitäts- und Prozessmanagement 1 V, 1 S Physical Facilities / Personalpolitik 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Gründungsmanagement Entrepreneurship 1 V, 1 S Businessplan 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 2 V Strategisches Management 1 S Operatives Management 1 S Credits: 5 Ms/90	Unternehmensführung II Unternehmensethik / CSR 1 V, 1 S Corporate Governance & Compliance 1 S Corporate Brand Management 1 S Credits: 5 Msn/PA	Kreuzfahrtmanagement I Einführung in die Kreuzfahrtindustrie 2 V, 1 S Schiffsdesign und technische Ausstattung 1 S Credits: 5 Ms/90	Kreuzfahrtmanagement II Routenplanung / Kreuzfahrtdestinationen 1 V, 1 S Produktentwicklung 2 S Credits: 5 Msn/PA	Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben 2 S Wissenschaftliche Recherche 2 S Credits: 5 Msn/PA	
Kommunikationsmanagement Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement 2 V, 1 S Kommunikationsinstrumente und -konzeption 2 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA		Spezielles Recht und Steuern im Tourismus Spezielles Recht im Tourismus 2 V, 1 S Steuern im Tourismus 1 S Credits: 5 Ms/90		
Recht Rechtsordnung 1 V Grundlagen Bürgerliches Recht 1 V Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht 1 S Markenrecht 1 S Credits: 5 Ms/90					

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Fußball- und Sportbusiness

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 1 V, 1 S Methoden und Techniken 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung 1 V, 1 S Qualitative und quantitative Forschung 1 V, 1 S Statistik und Datenanalyse 1 S Credits: 5 Ms/90	Kampagnen-Management Grundlagen Campaigning 1 V, 1 S Integrierte Kommunikation 1 V, 1 S Cross Media 1 S Credits: 5 Msn/PA	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management 1 V, 1 S Unternehmensberatung und Consulting 1 S Budgetplanung 1 V Credits: 5 Ms/90	Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen 4 S Credits: 5 M/EP *	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching 1 Tut Credits: 15 Msn/PA
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie 1 V Mikroökonomie 1 V, 1 S Internationale Wirtschaftssysteme 1 S Credits: 5 Ms/90	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur 1 V Anwendungen 1 V, 1 S Datensicherheit und Datenschutz 1 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft III Human Resource Management 1 V, 1 S Arbeitsrecht 2 V Credits: 5 Ms/90	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien 1 V Strategische und operative Mitarbeiterführung 1 V, 1 S Leadership als Führungskonzept 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement 2 V Klassische und aktuelle Theorien 2 V Anwendungsfälle und Diskurs 1 S Globale Strategien und internationale Kulturen 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Bachelorprojekt Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Credits: 15 Ms/BA
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 1 V, 1 S Buchführung/ Bilanzierung 2 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1 V, 1 S Geschäftsmodelle 1 V Investition und Finanzierung 1 S Controlling 1 S Credits: 5 Ms/90	Vereins- und Verbandsmanagement Organisation u. Personalmanagement 2 V, 1 S Finanzierung 1 V, 2 S Nachwuchsförderung 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Internationales Markenmanagement im Fußball Grundlagen und Problemfelder des Markenmanagements 2 V, 1 S Strategien und Instrumente der Markenkommunikation 1 V, 2 S Medien und Formate 1 V, 1 S Credits: 10 Msn/PA	Gründungsmanagement Entrepreneurship 1 V, 1 S Businessplan 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	
Marketing I Strategisches Marketing 2 V Märkte & Zielgruppen 1 S Internationales Marketing 1 S Credits: 5 Ms/90	Marketing II Operatives Marketing 1 V, 1 S Marketinginstrumente 2 S Credits: 5 Msn/PA	Marketing-Management im Fußball Wirtschaftliche Bedeutung des Fußballs 1 V Marketing im Fußball 1 V, 1 S Marketing durch Fußball 1 S Credits: 5 Msn/PA	Sportstätten- und Event-Management Managementfunktionen 1 V, 1 S Strategisches Event-Management 1 V Rechtliche Grundlagen 1 V Credits: 5 Ms/90	Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben 2 S Wissenschaftliche Recherche 2 S Credits: 5 Msn/PA	
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 2 V Strategisches Management 1 S Operatives Management 1 S Credits: 5 Ms/90	Unternehmensführung II Unternehmensethik / CSR 1 V, 1 S Corporate Governance & Compliance 1 S Corporate Brand Management 1 S Credits: 5 Msn/PA	Sportpsychologie und Trainingsmanagement Leistungsmotivation und Teambildung 1 V, 1 S Trainingslehre 1 S Leistungsdiagnostik 1 S Credits: 5 Ms/90	Fanmanagement Fankultur 1 V Fanmarketing 1 V, 1 S Deeskalationspolitik 1 S Credits: 5 Msn/PA		
Kommunikationsmanagement Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement 2 V, 1 S Kommunikationsinstrumente und -konzeption 2 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA				
Recht Rechtsordnung 1 V Grundlagen Bürgerliches Recht 1 V Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht 1 S Markenrecht 1 S Credits: 5 Ms/90					

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Mode-, Trend- und Markenmanagement

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 1 V, 1 S Methoden und Techniken 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung 1 V, 1 S Qualitative und quantitative Forschung 1 V, 1 S Statistik und Datenanalyse 1 S Credits: 5 Ms/90	Kampagnen-Management Grundlagen Campaigning 1 V, 1 S Integrierte Kommunikation 1 V, 1 S Cross Media 1 S Credits: 5 Msn/PA	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management 1 V, 1 S Unternehmensberatung und Consulting 1 S Budgetplanung 1 V Credits: 5 Ms/90	Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen 4 S Credits: 5 M/EP *	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching 1 Tut Credits: 15 Msn/PA
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie 1 V Mikroökonomie 1 V, 1 S Internationale Wirtschaftssysteme 1 S Credits: 5 Ms/90	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur 1 V Anwendungen 1 V, 1 S Datensicherheit und Datenschutz 1 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft III Human Resource Management 1 V, 1 S Arbeitsrecht 2 V Credits: 5 Ms/90	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien 1 V Strategische und operative Mitarbeiterführung 1 V, 1 S Leadership als Führungskonzept 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement 2 V Klassische und aktuelle Theorien 2 V Anwendungsfälle und Diskurs 1 S Globale Strategien und internationale Kulturen 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Bachelorprojekt Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Credits: 15 Ms/BA
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 1 V, 1 S Buchführung/ Bilanzierung 2 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1 V, 1 S Geschäftsmodelle 1 V Investition und Finanzierung 1 S Controlling 1 S Credits: 5 Ms/90	Modemanagement I: Mode und Gesellschaft Mode und Gesellschaft I 1 V, 1 S Mode und Gesellschaft II 1 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Trendmanagement Trendmanagement und Innovation 2 V, 2 S Innovatives Marketing 2 V, 2 S Credits: 10 Msn/PA		
Marketing I Strategisches Marketing 2 V Märkte & Zielgruppen 1 S Internationales Marketing 1 S Credits: 5 Ms/90	Marketing II Operatives Marketing 1 V, 1 S Marketinginstrumente 2 S Credits: 5 Msn/PA	Modemanagement II: Internationales Modebusiness Modemanagement 1 V, 1 S Modemarketing und -kommunikation 1 V, 1 S Produktion und Design 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Markenmanagement II: Markenkommunikation Strategien der Markenkommunikation 1 V, 1 S Instrumente der Markenkommunikation 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Gründungsmanagement Entrepreneurship 1 V, 1 S Businessplan 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 2 V Strategisches Management 1 S Operatives Management 1 S Credits: 5 Ms/90	Unternehmensführung II Unternehmensethik / CSR 1 V, 1 S Corporate Governance & Compliance 1 S Corporate Brand Management 1 S Credits: 5 Msn/PA	Markenmanagement I: Markenführung und -qualität Grundlagen des Markenmanagements 1 V, 1 S Problemfelder des Markenmanagements 1 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Markenmanagement III: Kampagnenmanagement Markenkampagnen und Crossmedia 1 V, 1 S Techniken des Kampagnenmanagements 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben 2 S Wissenschaftliche Recherche 2 S Credits: 5 Msn/PA	
Kommunikationsmanagement Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement 2 V, 1 S Kommunikationsinstrumente und -konzeption 2 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA				
Recht Rechtsordnung 1 V Grundlagen Bürgerliches Recht 1 V Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht 1 S Markenrecht 1 S Credits: 5 Ms/90					

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Versicherungsvertriebsmanagement

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 1 V, 1 S Methoden und Techniken 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung 1 V, 1 S Qualitative und quantitative Forschung 1 V, 1 S Statistik und Datenanalyse 1 S Credits: 5 Ms/90	Kampagnen-Management Grundlagen Campaigning 1 V, 1 S Integrierte Kommunikation 1 V, 1 S Cross Media 1 S Credits: 5 Msn/PA	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management 1 V, 1 S Unternehmensberatung und Consulting 1 S Budgetplanung 1 V Credits: 5 Ms/90	Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen 4 S Credits: 5 M/EP *	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching 1 Tut Credits: 15 Msn/PA
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie 1 V Mikroökonomie 1 V, 1 S Internationale Wirtschaftssysteme 1 S Credits: 5 Ms/90	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur 1 V Anwendungen 1 V, 1 S Datensicherheit und Datenschutz 1 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft III Human Resource Management 1 V, 1 S Arbeitsrecht 2 V Credits: 5 Ms/90	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien 1 V Strategische und operative Mitarbeiterführung 1 V, 1 S Leadership als Führungskonzept 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement 2 V Klassische und aktuelle Theorien 2 V Anwendungsfälle und Diskurs 1 S Globale Strategien und internationale Kulturen 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Bachelorprojekt Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Credits: 15 Ms/BA
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 1 V, 1 S Buchführung/ Bilanzierung 2 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1 V, 1 S Geschäftsmodelle 1 V Investition und Finanzierung 1 S Controlling 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschafts- und Versicherungsethik Wirtschaftsethik 1 V, 1 S Gerechtigkeit 1 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Vertriebssteuerung Grundlagen der Vertriebssteuerung 1 V, 1 S Kundenwertorientierte Vertriebssteuerung 1 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Gründungsmanagement Entrepreneurship 1 V, 1 S Businessplan 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	
Marketing I Strategisches Marketing 2 V Märkte & Zielgruppen 1 S Internationales Marketing 1 S Credits: 5 Ms/90	Marketing II Operatives Marketing 1 V, 1 S Marketinginstrumente 2 S Credits: 5 Msn/PA	Vertriebsplanung Strategische Vertriebsplanung 1 V, 1 S Operative Vertriebsplanung und Budgetierung 1 V, 1 S Praktikum 1 Prakt. Credits: 5 Ms/90	Personalentwicklungs- und Führungstechniken Personalführung 2 V, 1 S Personalentwicklung 2 V, 2 S Credits: 10 Pls/120 Pls/90	Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben 2 S Wissenschaftliche Recherche 2 S Credits: 5 Msn/PA	
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 2 V Strategisches Management 1 S Operatives Management 1 S Credits: 5 Ms/90	Unternehmensführung II Unternehmensethik / CSR 1 V, 1 S Corporate Governance & Compliance 1 S Corporate Brand Management 1 S Credits: 5 Msn/PA	Vertriebscontrolling Operatives und strategisches Vertriebscontrolling 2 V, 1 S Controlling als Entscheidungshilfe für Führungskräfte 1 V, 1 S Fallstudien 1 S Credits: 10 Ms/90	Führen im Versicherungsvertrieb Führung 2 V, 1 S Führung durch Coaching und Motivation 2 S Credits: 5 Ms/90		
Kommunikationsmanagement Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement 2 V, 1 S Kommunikationsinstrumente und -konzeption 2 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA				
Recht Rechtsordnung 1 V Grundlagen Bürgerliches Recht 1 V Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht 1 S Markenrecht 1 S Credits: 5 Ms/90					

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Internationales Automobilbusiness

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 1 V, 1 S Methoden und Techniken 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung 1 V, 1 S Qualitative und quantitative Forschung 1 V, 1 S Statistik und Datenanalyse 1 S Credits: 5 Ms/90	Kampagnen-Management Grundlagen Campaigning 1 V, 1 S Integrierte Kommunikation 1 V, 1 S Cross Media 1 S Credits: 5 Msn/PA	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management 1 V, 1 S Unternehmensberatung und Consulting 1 S Budgetplanung 1 V Credits: 5 Ms/90	Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen 4 S Credits: 5 M/EP *	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching 1 Tut Credits: 15 Msn/PA
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie 1 V Mikroökonomie 1 V, 1 S Internationale Wirtschaftssysteme 1 S Credits: 5 Ms/90	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur 1 V Anwendungen 1 V, 1 S Datensicherheit und Datenschutz 1 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft III Human Resource Management 1 V, 1 S Arbeitsrecht 2 V Credits: 5 Ms/90	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien 1 V Strategische und operative Mitarbeiterführung 1 V, 1 S Leadership als Führungskonzept 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement 2 V Klassische und aktuelle Theorien 2 V Anwendungsfälle und Diskurs 1 S Globale Strategien und internationale Kulturen 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Bachelorprojekt Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Credits: 15 Ms/BA
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 1 V, 1 S Buchführung/ Bilanzierung 2 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1 V, 1 S Geschäftsmodelle 1 V Investition und Finanzierung 1 S Controlling 1 S Credits: 5 Ms/90	Automobilwirtschaft Wirtschaftsstruktur 2 V, 2 S Strategische Unternehmenspolitik 1 V, 1 S Neue Geschäftskonzepte und -felder 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Automobilmarketing Marktpolitik und Marktforschung 2 V Strategisches Marketing 2 V, 2 S Operatives Marketing 2 S Credits: 10 Msn/PA		
Marketing I Strategisches Marketing 2 V Märkte & Zielgruppen 1 S Internationales Marketing 1 S Credits: 5 Ms/90	Marketing II Operatives Marketing 1 V, 1 S Marketinginstrumente 2 S Credits: 5 Msn/PA	Automobilindustrie und -politik Verkehrssystem und Akteure 2 V Verkehrs- und Infrastrukturpolitik 1 V Mobilitäts- und Nachhaltigkeitskonzepte 1 S Credits: 5 Ms/90	Motorsport, Club- und Eventmanagement Lebenswelt Auto und Motorrad 1 S Verbands- und Clubmanagement 1 S Eventmanagement und Motorsport 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Gründungsmanagement Entrepreneurship 1 V, 1 S Businessplan 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 2 V Strategisches Management 1 S Operatives Management 1 S Credits: 5 Ms/90	Unternehmensführung II Unternehmensethik / CSR 1 V, 1 S Corporate Governance & Compliance 1 S Corporate Brand Management 1 S Credits: 5 Msn/PA	Automobilkommunikation Strategische Automobilkommunikation 1 V, 1 S Operative Automobilkommunikation 1 S Motorjournalismus 1 V Credits: 5 Msn/PA	Automobilvertrieb Vertriebssysteme 1 V, 1 S E-Business 1 V Finanzierung/Leasing/Versicherung 1 V Credits: 5 Ms/90	Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben 2 S Wissenschaftliche Recherche 2 S Credits: 5 Msn/PA	
Kommunikationsmanagement Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement 2 V, 1 S Kommunikationsinstrumente und -konzeption 2 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA				
Recht Rechtsordnung 1 V Grundlagen Bürgerliches Recht 1 V Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht 1 S Markenrecht 1 S Credits: 5 Ms/90					

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Internationales Marketing und Management

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 1 V, 1 S Methoden und Techniken 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung 1 V, 1 S Qualitative und quantitative Forschung 1 V, 1 S Statistik und Datenanalyse 1 S Credits: 5 Ms/90	Kampagnen-Management Grundlagen Campaigning 1 V, 1 S Integrierte Kommunikation 1 V, 1 S Cross Media 1 S Credits: 5 Msn/PA	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management 1 V, 1 S Unternehmensberatung und Consulting 1 S Budgetplanung 1 V Credits: 5 Ms/90	Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen 4 S Credits: 5 M/EP *	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching 1 Tut Credits: 15 Msn/PA
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie 1 V Mikroökonomie 1 V, 1 S Internationale Wirtschaftssysteme 1 S Credits: 5 Ms/90	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur 1 V Anwendungen 1 V, 1 S Datensicherheit und Datenschutz 1 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft III Human Resource Management 1 V, 1 S Arbeitsrecht 2 V Credits: 5 Ms/90	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien 1 V Strategische und operative Mitarbeiterführung 1 V, 1 S Leadership als Führungskonzept 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement 2 V Klassische und aktuelle Theorien 2 V Anwendungsfälle und Diskurs 1 S Globale Strategien und internationale Kulturen 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Bachelorprojekt Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Credits: 15 Ms/BA
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 1 V, 1 S Buchführung/ Bilanzierung 2 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1 V, 1 S Geschäftsmodelle 1 V Investition und Finanzierung 1 S Controlling 1 S Credits: 5 Ms/90	Internationales Management Strukturen und Prozesse 2 V, 2 S Interkulturelle Aufgabenstellungen 1 V, 1 S Betriebswirtschaftliche Anwendungen 1 V, 1 S Credits: 10 Msn/PA	Internationales Marketing Grundlagen Internationales Marketing 2 V, 1 S Internationale Markteintrittsentscheidungen und -strategien 2 V, 1 S Marketinginstrumente im internationalen Kontext 2 S Credits: 10 Msn/PA	Gründungsmanagement Entrepreneurship 1 V, 1 S Businessplan 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	
Marketing I Strategisches Marketing 2 V Märkte & Zielgruppen 1 S Internationales Marketing 1 S Credits: 5 Ms/90	Marketing II Operatives Marketing 1 V, 1 S Marketinginstrumente 2 S Credits: 5 Msn/PA	Markenmanagement Markenidentität und Markenimage 2 V, 2 S Internationales Markenmanagement 2 V, 2 S Credits: 10 Ms/90	Konsum- und Investitionsgütermarketing Grundlagen Konsum- und Investitionsgütermarketing 1 V, 1 S Besonderheiten 1 V, 1 S Informationsbeschaffung und Vermarktung Credits: 5 Ms/90	Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben 2 S Wissenschaftliche Recherche 2 S Credits: 5 Msn/PA	
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 2 V Strategisches Management 1 S Operatives Management 1 S Credits: 5 Ms/90	Unternehmensführung II Unternehmensethik / CSR 1 V, 1 S Corporate Governance & Compliance 1 S Corporate Brand Management 1 S Credits: 5 Msn/PA		E-Business Grundlagen E-Business 1 V Strategisches und operatives E-Business 1 V, 2 S Credits: 5 Ms/90		
Kommunikationsmanagement Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement 2 V, 1 S Kommunikationsinstrumente und -konzeption 2 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA				
Recht Rechtsordnung 1 V Grundlagen Bürgerliches Recht 1 V Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht 1 S Markenrecht 1 S Credits: 5 Ms/90					

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Wirtschafts- und Werbepsychologie

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 1 V, 1 S Methoden und Techniken 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung 1 V, 1 S Qualitative und quantitative Forschung 1 V, 1 S Statistik und Datenanalyse 1 S Credits: 5 Ms/90	Kampagnen-Management Grundlagen Campaigning 1 V, 1 S Integrierte Kommunikation 1 V, 1 S Cross Media 1 S Credits: 5 Msn/PA	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management 1 V, 1 S Unternehmensberatung und Consulting 1 S Budgetplanung 1 V Credits: 5 Ms/90	Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen 4 S Credits: 5 M/EP *	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching 1 Tut Credits: 15 Msn/PA
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie 1 V Mikroökonomie 1 V, 1 S Internationale Wirtschaftssysteme 1 S Credits: 5 Ms/90	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur 1 V Anwendungen 1 V, 1 S Datensicherheit und Datenschutz 1 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft III Human Resource Management 1 V, 1 S Arbeitsrecht 2 V Credits: 5 Ms/90	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien 1 V Strategische und operative Mitarbeiterführung 1 V, 1 S Leadership als Führungskonzept 1 S Credits: 5 Ms/90	Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement 2 V Klassische und aktuelle Theorien 2 V Anwendungsfälle und Diskurs 1 S Globale Strategien und internationale Kulturen 1 V, 1 S Credits: 10 Ms/90	Bachelorprojekt Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Credits: 15 Ms/BA
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 1 V, 1 S Buchführung/ Bilanzierung 2 S Credits: 5 Ms/90	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1 V, 1 S Geschäftsmodelle 1 V Investition und Finanzierung 1 S Controlling 1 S Credits: 5 Ms/90	Grundlagen Wirtschaftspsychologie Allgemeine Psychologie 2 V, 2 S Sozialpsychologie 1 V, 1 S Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung 1 S Credits: 10 Ms/90	Forschungsmethoden und Evaluation Forschungsmethoden 2 V, 2 S Evaluation und Auswertung 2 V, 2 S Credits: 10 Msn/PA	Gründungsmanagement Entrepreneurship 1 V, 1 S Businessplan 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	
Marketing I Strategisches Marketing 2 V Märkte & Zielgruppen 1 S Internationales Marketing 1 S Credits: 5 Ms/90	Marketing II Operatives Marketing 1 V, 1 S Marketinginstrumente 2 S Credits: 5 Msn/PA	Organisationspsychologie und Organisationsentwicklung Organisations- und Arbeitspsychologie 1 V, 1 S Organisationsentwicklung und Change Management 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Werbemanagement Werbeplanung und Werbegestaltung 1 V, 1 S Mediaplanung und Werbekontrolle 1 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben 2 S Wissenschaftliche Recherche 2 S Credits: 5 Msn/PA	
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 2 V Strategisches Management 1 S Operatives Management 1 S Credits: 5 Ms/90	Unternehmensführung II Unternehmensethik / CSR 1 V, 1 S Corporate Governance & Compliance 1 S Corporate Brand Management 1 S Credits: 5 Msn/PA	Medien- und Kommunikationspsychologie Medienpsychologie und Medienwirkung 1 V, 1 S Kommunikationspsychologie 1 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	Werbe- und Konsumentenpsychologie Werbepsychologie und Kommunikationspolitik 1 V, 1 S Konsumentenpsychologie 1 V Neuropsychologie und -marketing 1 S Credits: 5 Msn/PA	Kommunikationsmanagement Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement 2 V, 1 S Kommunikationsinstrumente und -konzeption 2 V, 1 S Credits: 5 Ms/90	
Recht Rechtsordnung 1 V Grundlagen Bürgerliches Recht 1 V Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht 1 S Markenrecht 1 S Credits: 5 Ms/90	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	Projektmanagement Projektplanung 1 V Projektorganisation 1 S Prozesse und Ressourcenmanagement 1 V, 1 S Credits: 5 Msn/PA	

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung