

Bachelor-Studienprogramm Business Management

Wirtschaftssprache I Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache 2V Fachdialog in der Fremdsprache 2S/Ü Tem/15 Credits: 5	Marketing Marketingmanagement 2V Prozesse 2V Fallstudien und Übung 1S/Ü Credits: 5	Cross Media Kommunikationsinstrumente 2S/Ü Kommunikationskonzepte 1S/Ü Fallstudien 1S/Ü Credits: 5	Unternehmensführung II Marketing in der Unternehmensstrategie 1V Corporate Identity 2V 1S/Ü Credits: 5	General Management Integrierte Unternehmensführung 2S/Ü Projektpräsentation 2S/Ü Credits: 5	Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) 1S/Ü Modulcoaching 1S/Ü Credits: 15
Wirtschaft und Gesellschaft Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme 2V Rechtsordnung 1V Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 2S/Ü Credits: 5	Wirtschafts-Sprache II Landeskundliches Seminar 2S/Ü Verhandeln in der Fremdsprache 2S/Ü Credits: 5	Finanzmanagement Investition 1V 1S/Ü Finanzierung 1V 1S/Ü Controlling 1V Credits: 5	Human Resource Management Personalmanagement 1V 1S/Ü Arbeitsrecht 2V Credits: 5	Gründungsmanagement Existenzgründung 2V Ideen-, Innovations- und Changemanagement 1S/Ü Gründungswerkstatt 2S/Ü Credits: 5	Bachelorprojekt Bachelorarbeit 1 Tut Tutorium für Examenkandidaten 1 Tut Bachelorkolloquium Credits: 15
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 2V Buchführung/ Bilanzierung 2V 1S/Ü Credits: 5	Forschung und Analyse Marktforschung 2V Statistik 2V Datenanalyse und Übung 2S/Ü Credits: 5	Kampagnen-Management CRM 1V 1S/Ü Projektmanagement 1V 2S/Ü Kampagnen-Organisation 2S/Ü Credits: 10	Studienrichtung Tourismus, Hotel und Event Freizeitpsychologie/ Freizeitsoziologie 5 Spezielles Recht und Steuern im Tourismus 5 Event-, Messe- und Business Travel Management 10 Credits: 20 Internationales Hotelmanagement 5 Destinationsmanagement 5 Tourismusmanagement 10 Credits: 20		
Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung 1V 1S/Ü Geschäftsmodelle 1S/Ü Key-Studies 1 Tut Credits: 5	Marketing-Instrumente Leistungs- und Kommunikationspolitik 1V Preis und Distribution 2V Fallstudien 1S/Ü Credits: 5	Kommunikation und Präsentation Interkulturelle Kommunikation 1V 1S/Ü Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation 1V 1S/Ü Credits: 5	Studienrichtung Corporate Communication und Publishing CP-Strategie und Konzeption 5 CP-Management 5 Cross Media-Produktion 10 Credits: 20 CP-Planung und -Redaktion 5 Success Control 5 Technik der Printmedien 10 Credits: 20		
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation 1V 1S/Ü Normatives/ strategisches Management 1V 1S/Ü Credits: 5	Agenturarbeit Agenturmanagement 1S/Ü Mediaplanung 1V 1S/Ü Publikumsforschung 1S/Ü Credits: 5	PR und Event Messen - Events - Kongresse (MEK) 1V 1S/Ü Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen 1V 1S/Ü Credits: 5	Studienrichtung Internationales und Europäisches Management EU-Recht und Steuern 10 Internationales Management 5 Internationales Marketing 5 Credits: 20 Kommunikation im EU-Raum 10 Internationales Controlling und Risk-Management 5 Internationale Finanzierung 5 Credits: 20		
Recht Grundlagen Bürgerliches Recht 1V Grundlagen Handels- und Steuerrecht 2V 1S/Ü Credits: 5	Informatik PC- Technik 1S/Ü Webseitengestaltung und Standardsoftware 2S/Ü Onlinesysteme/ Netzwerke 1V 1S/Ü Credits: 5	Studienrichtung Marketing, Marken und Medien Dienstleistungs- und Produktmarketing 5 Internationales Marketing 5 Markenmanagement 10 Credits: 20 Medienmarketing 5 Markenrecht 5 Kommunikation im Medien- und Markenmarketing 10 Credits: 20			
				Studienrichtung Online Marketing-Management Spezielles Online- und Cross- Media-Marketing I 5 Online-Management 5 Web-Design und Programmierung 10 Credits: 20 Spezielles Online- und Cross- Media-Marketing II 5 Success Control 5 Cross Media Produktion 10 Credits: 20	
Credits: 30		Credits: 30		Credits: 30	
Credits gesamt 180					

Die Übersicht 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. Pro Semester wird die Belegung von Modulen mit einem Gesamtworkload von 30 bis 35 Credits empfohlen.