

# Bachelor-Studienprogramm Business Management

<b>Wirtschaftssprache I</b> Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache Fachdialog in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Marketing</b> Marketingmanagement Prozesse Fallstudien und Übung Credits: 10	<b>Cross Media</b> Kommunikationsinstrumente Kommunikationskonzepte Fallstudien Credits: 5	<b>Unternehmensführung II</b> Marketing in der Unternehmensstrategie Corporate Identity Credits: 5	<b>General Management</b> Integrierte Unternehmensführung Projektpräsentation Credits: 5	<b>Lehrprojekt Medienunternehmen</b> Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching Credits: 15
<b>Wirtschaft und Gesellschaft</b> Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme Rechtsordnung Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Credits: 5	<b>Wirtschaftssprache II</b> Landeskundliches Seminar Verhandeln in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Finanzmanagement</b> Investition Finanzierung Controlling Credits: 5	<b>Human Resource Management</b> Personalmanagement Arbeitsrecht Credits: 5	<b>Gründungsmanagement</b> Existenzgründung Ideen-, Innovations- und Changemanagement Gründungswerkstatt Credits: 5	<b>Bachelorprojekt</b> Bachelorarbeit Tutorium für Examenskandidaten Bachelorkolloquium Credits: 15
<b>Betriebswirtschaft I</b> Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung Credits: 5	<b>Forschung und Analyse</b> Marktforschung Statistik Datenanalyse und Übung Credits: 5	<b>Kampagnen-Management</b> CRM Projektmanagement Kampagnen-Organisation Credits: 10	<b>Studienrichtung Tourismus, Hotel und Event</b> Freizeitpsychologie/ Freizeitsoziologie Spezielles Recht und Steuern im Tourismus Event-, Messe- und Business Travel Management Credits: 20		Internationales Hotelmanagement Destinationsmanagement Tourismusmanagement Credits: 20
<b>Betriebswirtschaft II</b> Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Key-Studies Credits: 5	<b>Marketing-Instrumente</b> Leistungs- und Kommunikationspolitik Preis und Distribution Fallstudien Credits: 5	<b>Kommunikation und Präsentation</b> Interkulturelle Kommunikation Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation Credits: 5	<b>Studienrichtung Corporate Communication und Publishing</b> CP-Strategie und Konzeption CP-Management Cross Media-Produktion Credits: 20		CP-Planung und -Redaktion Success Control Technik der Printmedien Credits: 20
<b>Unternehmensführung I</b> Grundlagen der Unternehmensorganisation Normatives/ strategisches Management Credits: 5	<b>Agenturarbeit</b> Agenturmanagement Mediaplanung Publikumsforschung Credits: 5	<b>PR und Event</b> Messen - Events - Kongresse (MEK) Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen Credits: 5	<b>Studienrichtung Internationales und Europäisches Management</b> EU-Recht und Steuern Internationales Management Internationales Marketing Credits: 20		Kommunikation im EU-Raum Internationales Controlling und Risk-Management Internationale Finanzierung Credits: 20
<b>Recht</b> Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels- und Steuerrecht Credits: 5	<b>Informatik</b> PC- Technik Webseitengestaltung und Standardsoftware Onlinesysteme/ Netzwerke Credits: 5		<b>Studienrichtung Marketing, Marken und Medien</b> Dienstleistungs- und Produktmarketing Internationales Marketing Markenmanagement Credits: 20		Medienmarketing Markenrecht Kommunikation im Medien- und Markenmarketing Credits: 20
			<b>Studienrichtung Social Media</b> Medienmarkt und Medienwandel Social Media Marketing Social Media Guidelines und Datenschutz Credits: 20		Communitymanagement und -aktivierung Monitoring Media Production Credits: 20
			<b>Studienrichtung Mode-, Trend- und Markenmanagement</b> Modemanagement I: Mode und Gesellschaft Modemanagement II: Internationales Modebusiness Trendmanagement Credits: 20		Markenmanagement I: Markenführung Markenmanagement II: Markenkommunikation Markenmanagement III: Markenkampagnen Credits: 20
			<b>Studienrichtung Versicherungsvertriebsmanagement</b> Wirtschafts- und Versicherungsethik Vertriebsplanung Vertriebscontrolling Credits: 20		Vertriebssteuerung Personalentwicklungs- und Führungstechniken Führen von Führungskräften Credits: 20

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

# Bachelor-Studienprogramm Business Management

## Studienrichtung Tourismus, Hotel und Event

<b>Wirtschaftssprache I</b> Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache Fachdialog in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Marketing</b> Marketingmanagement Prozesse Fallstudien und Übung Credits: 10	<b>Cross Media</b> Kommunikationsinstrumente Kommunikationskonzepte Fallstudien Credits: 5	<b>Unternehmensführung II</b> Marketing in der Unternehmensstrategie Corporate Identity Credits: 5	<b>General Management</b> Integrierte Unternehmensführung Projektpräsentation Credits: 5	<b>Lehrprojekt Medienunternehmen</b> Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching Credits: 15
<b>Wirtschaft und Gesellschaft</b> Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme Rechtsordnung Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Credits: 5	<b>Wirtschaftssprache II</b> Landeskundliches Seminar Verhandeln in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Finanzmanagement</b> Investition Finanzierung Controlling Credits: 5	<b>Human Resource Management</b> Personalmanagement Arbeitsrecht Credits: 5	<b>Gründungsmanagement</b> Existenzgründung Ideen-, Innovations- und Changemanagement Gründungswerkstatt Credits: 5	<b>Bachelorprojekt</b> Bachelorarbeit Tutorium für Examenskandidaten Bachelorkolloquium Credits: 15
<b>Betriebswirtschaft I</b> Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung Credits: 5	<b>Forschung und Analyse</b> Marktforschung Statistik Datenanalyse und Übung Credits: 5	<b>Kampagnen-Management</b> CRM Projektmanagement Kampagnen-Organisation Credits: 10	<b>Freizeitpsychologie/ Freizeitsoziologie</b> Freizeitpsychologie Freizeitsoziologie Credits: 5	<b>Internationales Hotelmanagement</b> Hotelmanagement Food und Beverage Management/ Catering Credits: 5	
<b>Betriebswirtschaft II</b> Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Key-Studies Credits: 5	<b>Marketing-Instrumente</b> Leistungs- und Kommunikationspolitik Preis und Distribution Fallstudien Credits: 5	<b>Kommunikation und Präsentation</b> Interkulturelle Kommunikation Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation Credits: 5	<b>Spezielles Recht und Steuern im Tourismus</b> Spezielles Recht im Tourismus Steuern im Tourismus Credits: 5	<b>Destinationsmanagement</b> Organisationsstrukturen im Destinationsmanagement Credits: 5	
<b>Unternehmensführung I</b> Grundlagen der Unternehmensorganisation Normatives/ strategisches Management Credits: 5	<b>Agenturarbeit</b> Agenturmanagement Mediaplanung Publikumsforschung Credits: 5	<b>PR und Event</b> Messen - Events - Kongresse (MEK) Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen Credits: 5	<b>Event-, Messe- und Business Travel Management</b> Veranstaltungsmanagement, -logistik und -marketing Tourismusforschung Credits: 10	<b>Tourismusmanagement</b> Tourismusmanagement Mobilitätsmanagement Credits: 10	
<b>Recht</b> Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels- und Steuerrecht Credits: 5	<b>Informatik</b> PC- Technik Webseitengestaltung und Standardsoftware Onlinesysteme/ Netzwerke Credits: 5				

# Bachelor-Studienprogramm Business Management

## Studienrichtung Corporate Communication und Publishing

<b>Wirtschaftssprache I</b> Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache Fachdialog in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Marketing</b> Marketingmanagement Prozesse Fallstudien und Übung Credits: 10	<b>Cross Media</b> Kommunikationsinstrumente Kommunikationskonzepte Fallstudien Credits: 5	<b>Unternehmensführung II</b> Marketing in der Unternehmensstrategie Corporate Identity Credits: 5	<b>General Management</b> Integrierte Unternehmensführung Projektpräsentation Credits: 5	<b>Lehrprojekt Medienunternehmen</b> Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching Credits: 15
<b>Wirtschaft und Gesellschaft</b> Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme Rechtsordnung Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Credits: 5	<b>Wirtschaftssprache II</b> Landeskundliches Seminar Verhandeln in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Finanzmanagement</b> Investition Finanzierung Controlling Credits: 5	<b>Human Resource Management</b> Personalmanagement Arbeitsrecht Credits: 5	<b>Gründungsmanagement</b> Existenzgründung Ideen-, Innovations- und Changemanagement Gründungswerkstatt Credits: 5	<b>Bachelorprojekt</b> Bachelorarbeit Tutorium für Examenskandidaten Bachelorkolloquium Credits: 15
<b>Betriebswirtschaft I</b> Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung Credits: 5	<b>Forschung und Analyse</b> Marktforschung Statistik Datenanalyse und Übung Credits: 5	<b>Kampagnen-Management</b> CRM Projektmanagement Kampagnen-Organisation Credits: 10	<b>CP-Strategie und Konzeption</b> Medienmarkt, -marketing und -positionierung Unternehmenskommunikation und Medienarchitektur Konzeption von Medien für Unternehmen Credits: 5	<b>CP-Planung und -Redaktion</b> Medien-Dramaturgie, -Inzenierung und Realisation Visuelles und Text-Design Print-Redaktion Credits: 5	
<b>Betriebswirtschaft II</b> Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Key-Studies Credits: 5	<b>Marketing-Instrumente</b> Leistungs- und Kommunikationspolitik Preis und Distribution Fallstudien Credits: 5	<b>Kommunikation und Präsentation</b> Interkulturelle Kommunikation Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation Credits: 5	<b>CP-Management</b> CP-Management und Organisation Spezielles Recht Kalkulation, Budget, Controlling Credits: 5	<b>Success Control</b> Werbeerfolgskontrolle Werbemittelforschung Credits: 5	
<b>Unternehmensführung I</b> Grundlagen der Unternehmensorganisation Normatives/ strategisches Management Credits: 5	<b>Agenturarbeit</b> Agenturmanagement Mediaplanung Publikumsforschung Credits: 5	<b>PR und Event</b> Messen - Events - Kongresse (MEK) Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen Credits: 5	<b>Cross Media-Produktion</b> Grundlagen Cross Media Business Model Credits: 10	<b>Technik der Printmedien</b> Technik der Printmedien Credits: 10	
<b>Recht</b> Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels- und Steuerrecht Credits: 5	<b>Informatik</b> PC- Technik Webseitengestaltung und Standardsoftware Onlinesysteme/ Netzwerke Credits: 5				

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

# Bachelor-Studienprogramm Business Management

## Studienrichtung Internationales und Europäisches Management

<b>Wirtschaftssprache I</b> Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache Fachdialog in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Marketing</b> Marketingmanagement Prozesse Fallstudien und Übung Credits: 10	<b>Cross Media</b> Kommunikationsinstrumente Kommunikationskonzepte Fallstudien Credits: 5	<b>Unternehmensführung II</b> Marketing in der Unternehmensstrategie Corporate Identity Credits: 5	<b>General Management</b> Integrierte Unternehmensführung Projektpräsentation Credits: 5	<b>Lehrprojekt Medienunternehmen</b> Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching Credits: 15
<b>Wirtschaft und Gesellschaft</b> Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme Rechtsordnung Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Credits: 5	<b>Wirtschaftssprache II</b> Landeskundliches Seminar Verhandeln in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Finanzmanagement</b> Investition Finanzierung Controlling Credits: 5	<b>Human Resource Management</b> Personalmanagement Arbeitsrecht Credits: 5	<b>Gründungsmanagement</b> Existenzgründung Ideen-, Innovations- und Changemanagement Gründungswerkstatt Credits: 5	<b>Bachelorprojekt</b> Bachelorarbeit Tutorium für Examenskandidaten Bachelorkolloquium Credits: 15
<b>Betriebswirtschaft I</b> Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung Credits: 5	<b>Forschung und Analyse</b> Marktforschung Statistik Datenanalyse und Übung Credits: 5	<b>Kampagnen-Management</b> CRM Projektmanagement Kampagnen-Organisation Credits: 10	<b>Internationales Marketing</b> Internationales Marketingmanagement Strategisches und operatives Controlling im internationalen Unternehmen Credits: 5	<b>Internationale Finanzierung</b> Geldmärkte und internationales Finanzierungsmanagement Fallstudien zur Internationalen Finanzdisposition Credits: 5	
<b>Betriebswirtschaft II</b> Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Key-Studies Credits: 5	<b>Marketing-Instrumente</b> Leistungs- und Kommunikationspolitik Preis und Distribution Fallstudien Credits: 5	<b>Kommunikation und Präsentation</b> Interkulturelle Kommunikation Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation Credits: 5	<b>Internationales Management</b> Wirtschaftssysteme, internationaler Handel- und Transformationsproblematik Praxisfälle internationaler Unternehmenstätigkeit Credits: 5	<b>Internationales Controlling und Risk-Management</b> Controlling und Risk-Management im internationalen Unternehmen Strategisches und operatives Controlling im internationalen Unternehmen Credits: 5	
<b>Unternehmensführung I</b> Grundlagen der Unternehmensorganisation Normatives/ strategisches Management Credits: 5	<b>Agenturarbeit</b> Agenturmanagement Mediaplanung Publikumsforschung Credits: 5	<b>PR und Event</b> Messen - Events - Kongresse (MEK) Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen Credits: 5	<b>EU-Recht und Steuern</b> EU-Rechtssysteme EU-Steuern EU-Förderpolitik Credits: 10	<b>Kommunikation im EU-Raum</b> Kommunikationsinstrumente EU-Kommunikation Integrierte Kommunikation Credits: 10	
<b>Recht</b> Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels- und Steuerrecht Credits: 5	<b>Informatik</b> PC- Technik Webseitengestaltung und Standardsoftware Onlinesysteme/ Netzwerke Credits: 5				

# Bachelor-Studienprogramm Business Management

## Studienrichtung Marketing, Marken und Medien

<b>Wirtschaftssprache I</b> Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache Fachdialog in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Marketing</b> Marketingmanagement Prozesse Fallstudien und Übung Credits: 10	<b>Cross Media</b> Kommunikationsinstrumente Kommunikationskonzepte Fallstudien Credits: 5	<b>Unternehmensführung II</b> Marketing in der Unternehmensstrategie Corporate Identity Credits: 5	<b>General Management</b> Integrierte Unternehmensführung Projektpräsentation Credits: 5	<b>Lehrprojekt Medienunternehmen</b> Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching Credits: 15
<b>Wirtschaft und Gesellschaft</b> Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme Rechtsordnung Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Credits: 5	<b>Wirtschaftssprache II</b> Landeskundliches Seminar Verhandeln in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Finanzmanagement</b> Investition Finanzierung Controlling Credits: 5	<b>Human Resource Management</b> Personalmanagement Arbeitsrecht Credits: 5	<b>Gründungsmanagement</b> Existenzgründung Ideen-, Innovations- und Changemanagement Gründungswerkstatt Credits: 5	<b>Bachelorprojekt</b> Bachelorarbeit Tutorium für Examenskandidaten Bachelorkolloquium Credits: 15
<b>Betriebswirtschaft I</b> Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung Credits: 5	<b>Forschung und Analyse</b> Marktforschung Statistik Datenanalyse und Übung Credits: 5	<b>Kampagnen-Management</b> CRM Projektmanagement Kampagnen-Organisation Credits: 10	<b>Dienstleistungs- und Produktmarketing</b> Strategisches Dienstleistungs- und Produktmarketing Praxisbeispiele zum Dienstleistungs-/ Produktmarketing Credits: 5	<b>Medienmarketing</b> Strategien im Medienmarketing Praxisbeispiele Credits: 5	
<b>Betriebswirtschaft II</b> Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Key-Studies Credits: 5	<b>Marketing-Instrumente</b> Leistungs- und Kommunikationspolitik Preis und Distribution Fallstudien Credits: 5	<b>Kommunikation und Präsentation</b> Interkulturelle Kommunikation Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation Credits: 5	<b>Internationales Marketing</b> Internationales Marketing-Management Internationale Marketingstrategien Credits: 5	<b>Markenrecht</b> Marken- und Lizenzrecht Medien- und Urheberrecht Credits: 5	
<b>Unternehmensführung I</b> Grundlagen der Unternehmensorganisation Normatives/ strategisches Management Credits: 5	<b>Agenturarbeit</b> Agenturmanagement Mediaplanung Publikumsforschung Credits: 5	<b>PR und Event</b> Messen - Events - Kongresse (MEK) Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen Credits: 5	<b>Markenmanagement</b> Markenpolitik und Markenwert Markenpositionierung Markenführung Markenanalyse und Markenkontrolle Credits: 10	<b>Kommunikation im Medien- und Markenmarketing</b> Markenkommunikation Medienmärkte Kommunikation im Medienmarketing Credits: 10	
<b>Recht</b> Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels- und Steuerrecht Credits: 5	<b>Informatik</b> PC- Technik Webseitengestaltung und Standardsoftware Onlinesysteme/ Netzwerke Credits: 5				

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

# Bachelor-Studienprogramm Business Management

## Studienrichtung Social Media

<p><b>Wirtschaftssprache I</b></p> <p>Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache Fachdialog in der Fremdsprache</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Marketing</b></p> <p>Marketingmanagement Prozesse Fallstudien und Übung</p> <p>Credits: 10</p>	<p><b>Cross Media</b></p> <p>Kommunikationsinstrumente Kommunikationskonzepte Fallstudien</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Unternehmensführung II</b></p> <p>Marketing in der Unternehmensstrategie Corporate Identity</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>General Management</b></p> <p>Integrierte Unternehmensführung Projektpräsentation</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Lehrprojekt Medienunternehmen</b></p> <p>Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching</p> <p>Credits: 15</p>
<p><b>Wirtschaft und Gesellschaft</b></p> <p>Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme Rechtsordnung Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Wirtschaftssprache II</b></p> <p>Landeskundliches Seminar Verhandeln in der Fremdsprache</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Finanzmanagement</b></p> <p>Investition Finanzierung Controlling</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Human Resource Management</b></p> <p>Personalmanagement Arbeitsrecht</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Gründungsmanagement</b></p> <p>Existenzgründung Ideen-, Innovations- und Changemanagement Gründungswerkstatt</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Bachelorprojekt</b></p> <p>Bachelorarbeit Tutorium für Examenskandidaten Bachelorkolloquium</p> <p>Credits: 15</p>
<p><b>Betriebswirtschaft I</b></p> <p>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Forschung und Analyse</b></p> <p>Marktforschung Statistik Datenanalyse und Übung</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Kampagnen-Management</b></p> <p>CRM Projektmanagement Kampagnen-Organisation</p> <p>Credits: 10</p>	<p><b>Social Media Grundlagen</b></p> <p>Medienmarkt und Medienwandel Grundlagen von Social Media</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Social Media Guidelines und Datenschutz</b></p> <p>Guidelines und Datenschutz Fallstudien</p> <p>Credits: 5</p>	
<p><b>Betriebswirtschaft II</b></p> <p>Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Key-Studies</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Marketing-Instrumente</b></p> <p>Leistungs- und Kommunikationspolitik Preis und Distribution Fallstudien</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Kommunikation und Präsentation</b></p> <p>Interkulturelle Kommunikation Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Social Media Marketing</b></p> <p>Social Media in Markenstrategie und -kommunikation Integrationsbeispiele</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Monitoring</b></p> <p>Reputationsmanagement und PR Krisenkommunikation Monitoring von Social Media Fallstudien</p> <p>Credits: 10</p>	
<p><b>Unternehmensführung I</b></p> <p>Grundlagen der Unternehmensorganisation Normatives/ strategisches Management</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Agenturarbeit</b></p> <p>Agenturmanagement Mediaplanung Publikumsforschung</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>PR und Event</b></p> <p>Messen - Events - Kongresse (MEK) Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Communitymanagement und -aktivierung</b></p> <p>Communityaufbau und -management Communityaktivierung</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Media Production</b></p> <p>Management komplexer Medienprojekte Kalkulation, Budget, Controlling</p> <p>Credits: 10</p>	
<p><b>Recht</b></p> <p>Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels- und Steuerrecht</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Informatik</b></p> <p>PC- Technik Webseitengestaltung und Standardsoftware Onlinesysteme/ Netzwerke</p> <p>Credits: 5</p>				

# Bachelor-Studienprogramm Business Management

## Studienrichtung Mode-, Trend- und Markenmanagement

<b>Wirtschaftssprache I</b> Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache Fachdialog in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Marketing</b> Marketingmanagement Prozesse Fallstudien und Übung Credits: 10	<b>Cross Media</b> Kommunikationsinstrumente Kommunikationskonzepte Fallstudien Credits: 5	<b>Unternehmensführung II</b> Marketing in der Unternehmensstrategie Corporate Identity Credits: 5	<b>General Management</b> Integrierte Unternehmensführung Projektpräsentation Credits: 5	<b>Lehrprojekt Medienunternehmen</b> Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching Credits: 15
<b>Wirtschaft und Gesellschaft</b> Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme Rechtsordnung Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Credits: 5	<b>Wirtschaftssprache II</b> Landeskundliches Seminar Verhandeln in der Fremdsprache Credits: 5	<b>Finanzmanagement</b> Investition Finanzierung Controlling Credits: 5	<b>Human Resource Management</b> Personalmanagement Arbeitsrecht Credits: 5	<b>Gründungsmanagement</b> Existenzgründung Ideen-, Innovations- und Changemanagement Gründungswerkstatt Credits: 5	<b>Bachelorprojekt</b> Bachelorarbeit Tutorium für Examenskandidaten Bachelorkolloquium Credits: 15
<b>Betriebswirtschaft I</b> Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung Credits: 5	<b>Forschung und Analyse</b> Marktforschung Statistik Datenanalyse und Übung Credits: 5	<b>Kampagnen-Management</b> CRM Projektmanagement Kampagnen-Organisation Credits: 10	<b>Modemanagement I: Mode und Gesellschaft</b> Mode und Gesellschaft 1 Mode und Gesellschaft 2 Credits: 5	<b>Markenmanagement I: Markenführung</b> Grundlagen des Markenmanagements Problemfelder des Markenmanagements Marken- und Lizenzrecht Credits: 10	
<b>Betriebswirtschaft II</b> Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Key-Studies Credits: 5	<b>Marketing-Instrumente</b> Leistungs- und Kommunikationspolitik Preis und Distribution Fallstudien Credits: 5	<b>Kommunikation und Präsentation</b> Interkulturelle Kommunikation Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation Credits: 5	<b>Modemanagement II: Internationales Modebusiness</b> Modemanagement Modemarketing und -kommunikation Credits: 5	<b>Markenmanagement II: Markenkommunikation</b> Strategien der Markenkommunikation Instrumente der Markenkommunikation Credits: 5	
<b>Unternehmensführung I</b> Grundlagen der Unternehmensorganisation Normatives/ strategisches Management Credits: 5	<b>Agenturarbeit</b> Agenturmanagement Mediaplanung Publikumsforschung Credits: 5	<b>PR und Event</b> Messen - Events - Kongresse (MEK) Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen Credits: 5	<b>Trendmanagement</b> Trendmanagement und Innovation Innovatives Marketing Credits: 10	<b>Markenmanagement III: Markenkampagnen</b> Markenkampagnen und Crossmedia Techniken des Kampagnenmanagements Credits: 5	
<b>Recht</b> Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels- und Steuerrecht Credits: 5	<b>Informatik</b> PC- Technik Webseitengestaltung und Standardsoftware Onlinesysteme/ Netzwerke Credits: 5				

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

# Bachelor-Studienprogramm Business Management

## Studienrichtung Versicherungsvertriebsmanagement

<p><b>Wirtschaftssprache I</b></p> <p>Wirtschafts- und Marketingthemen in der Fremdsprache Fachdialog in der Fremdsprache</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Marketing</b></p> <p>Marketingmanagement Prozesse Fallstudien und Übung</p> <p>Credits: 10</p>	<p><b>Cross Media</b></p> <p>Kommunikationsinstrumente Kommunikationskonzepte Fallstudien</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Unternehmensführung II</b></p> <p>Marketing in der Unternehmensstrategie Corporate Identity</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>General Management</b></p> <p>Integrierte Unternehmensführung Projektpräsentation</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Lehrprojekt Medienunternehmen</b></p> <p>Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching</p> <p>Credits: 15</p>
<p><b>Wirtschaft und Gesellschaft</b></p> <p>Internationale Wirtschafts- und Mediensysteme Rechtsordnung Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Wirtschaftssprache II</b></p> <p>Landeskundliches Seminar Verhandeln in der Fremdsprache</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Finanzmanagement</b></p> <p>Investition Finanzierung Controlling</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Human Resource Management</b></p> <p>Personalmanagement Arbeitsrecht</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Gründungsmanagement</b></p> <p>Existenzgründung Ideen-, Innovations- und Changemanagement Gründungswerkstatt</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Bachelorprojekt</b></p> <p>Bachelorarbeit Tutorium für Examenskandidaten Bachelorkolloquium</p> <p>Credits: 15</p>
<p><b>Betriebswirtschaft I</b></p> <p>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/ Bilanzierung</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Forschung und Analyse</b></p> <p>Marktforschung Statistik Datenanalyse und Übung</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Kampagnen-Management</b></p> <p>CRM Projektmanagement Kampagnen-Organisation</p> <p>Credits: 10</p>	<p><b>Wirtschafts- und Versicherungsethik</b></p> <p>Wirtschaftsethik Versicherungsethik</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Vertriebssteuerung</b></p> <p>Grundlagen der Vertriebssteuerung Kundenwertorientierte Vertriebssteuerung</p> <p>Credits: 5</p>	
<p><b>Betriebswirtschaft II</b></p> <p>Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Key-Studies</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Marketing-Instrumente</b></p> <p>Leistungs- und Kommunikationspolitik Preis und Distribution Fallstudien</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Kommunikation und Präsentation</b></p> <p>Interkulturelle Kommunikation Gesprächsführung, Meetingmanagement, Präsentation</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Vertriebsplanung</b></p> <p>Strategische Vertriebsplanung Operative Vertriebsplanung und Budgetierung Praktikum</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Führen von Führungskräften</b></p> <p>Führungskompetenz Führungsführung Führungsführung</p> <p>Credits: 5</p>	
<p><b>Unternehmensführung I</b></p> <p>Grundlagen der Unternehmensorganisation Normatives/ strategisches Management</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Agenturarbeit</b></p> <p>Agenturmanagement Mediaplanung Publikumsforschung</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>PR und Event</b></p> <p>Messen - Events - Kongresse (MEK) Grundlagen PR und journalistische Darstellungsformen</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Vertriebscontrolling</b></p> <p>Operatives und strategisches Vertriebscontrolling Controlling als Entscheidungshilfe für Führungskräfte Fallstudien</p> <p>Credits: 10</p>	<p><b>Personalentwicklungs- und Führungstechniken</b></p> <p>Personalführung Personalentwicklung</p> <p>Credits: 10</p>	
<p><b>Recht</b></p> <p>Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels- und Steuerrecht</p> <p>Credits: 5</p>	<p><b>Informatik</b></p> <p>PC-Technik Webseitengestaltung und Standardsoftware Onlinesysteme/ Netzwerke</p> <p>Credits: 5</p>				