

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

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

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

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

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

Studienrichtung Mode-, Trend- und Markenmanagement	
Modemanagement I: Mode und Gesellschaft	Trendmanagement Markenmanagement II: Markenkommunikation Markenbusiness Markenmanagement III: Kampagnenmanagement
Modemanagement II: Internationales Modebusiness	
Markenmanagement I: Markenführung und -qualität	
Credits: 20	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 Versicherungsvertriebsmanagement	
Wirtschafts- und Versicherungsethik	Vertriebssteuerung Personalentwicklungs- und Führungstechniken Führen im Versicherungsvertrieb
Vertriebsplanung	
Vertriebscontrolling	
Credits: 20	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 Internationales Automobilbusiness	
Automobilwirtschaft	Automobilmarketing Motorsport, Club- und Eventmanagement Automobilvertrieb
Automobilindustrie und -politik	
Automobilkommunikation	
Credits: 20	Credits: 20

Studienrichtung Internationales Marketing und Management	
Internationales Management	Internationales Marketing Konsum- und Investitionsgütermarketing E-Business
Markenmanagement	
Credits: 20	Credits: 20

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

Studienrichtung Wirtschafts- und Werbepsychologie	
Grundlagen Wirtschaftspsychologie	Forschungsmethoden und Evaluation Werbemanagement Werbe- und Konsumentenpsychologie
Organisationspsychologie und Organisationsentwicklung	
Medien- und Kommunikationspsychologie	
Credits: 20	
Credits: 20	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.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung