

Modulübersicht

des (dualen) Bachelorstudiengangs
Kommunikation & Medienmanagement

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen des Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Du bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Dir umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern des Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Dich im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien kannst Du Dich interaktiv mit den Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Du je nach Aufgabenstellung alleine oder in der Gruppe bearbeitest, lernst Du, wie Du Dein theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen kannst. In unserem Online-Campus hast Du die Möglichkeit, Dich mit Deinen Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder Dich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Deinen Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in der Regel in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Betrieb (nur im dualen Bachelor)

In der beruflichen Praxis erfolgt der Transfer der theoretischen Grundlagen in praktische Fähigkeiten.

Du hast Fragen oder wünschst ergänzende Informationen zu der folgenden Modulübersicht?
Rufe uns unter der Rufnummer +49 211 86668 0 an. Wir freuen uns auf Dich!

Pflichtmodule des General Managements

Grundlagen der BWL (6 Credit Points)

- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin
- Grundlagen des Wirtschaftens
- Konstitutive Entscheidungen
- Grundlagen der Materialwirtschaft
- Produktion
- Einführung in die Finanzwirtschaft

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Marketing – Grundlagen und Strategien (4 Credit Points)

- Grundlagen des Marketings und des Marketingmanagements
- Informationsgrundlagen des Marketings
- Grundlagen der Marktforschung
- Marketingzielsetzung
- Strategische Marketingplanung
- Methoden und Modelle der strategischen Marketingplanung
- Operative Marketingplanung
- Elemente des Marketing-Mix

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Mikroökonomie (4 Credit Points)

- Einführung in die Volkswirtschaftslehre
- Einführung in die Angebots- und Nachfragetheorie
- Preisbildung auf Märkten bei vollkommener Konkurrenz
- Wirtschaftspolitische Eingriffe in Marktprozesse
- Theorie der Unternehmung
- Theorie des Marktversagens

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Einführung in das Rechnungswesen (6 Credit Points)

- Einführung in das Rechnungswesen
- Rechtsgrundlagen der Buchführung nach Handels- und Steuerrecht
- Eröffnung und Abschluss der Bestands- und Erfolgskonten
- Verbuchung des Waren-, Güter- und Zahlungsverkehrs
- Buchungen im Personalbereich
- Grundlagen der Kostenrechnung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Wissenschaftliches Arbeiten (7 Credit Points)

- Erstellung von Hausarbeiten
- Erstellung der Bachelorarbeit
- Erstellen und Bearbeiten von Thesen
- Arbeiten mit Fallstudien
- Bearbeitung eines (Praxis-)Projektes
- Präsentationen
- Diskussion und Moderation
- Feedback und Feedback-Regeln
- Konsequenzen mit einem adäquaten Umgang mit KI

Prüfungsleistung: Hausarbeit (maximal 10 Seiten)

Statistik (5 Credit Points)

- Mathematische Grundlagen der Statistik
- Begriff der Wahrscheinlichkeit zur Verallgemeinerung empirischer Befunde
- Argumentation anhand statistischer Daten und Verfahren
- Deskriptive Wirtschaftsstatistik
- Statistische Grundbegriffe

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Unternehmensführung und Personalmanagement (6 Credit Points)

- Grundlagen der Unternehmensorganisation
- Personalplanung
- Personalbeschaffung
- Personaleinsatz und Personalführung
- Personalverwaltung
- Personalentwicklung
- Grundbegriffe des kollektiven Arbeitsrechts

Prüfungsleistung: Projektarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Wirtschaftsinformatik und neue Medien (4 Credit Points)

- Einführung in die Wirtschaftsinformatik
- Daten, Informationen und Wissen in der IT
- Aufbau und Funktionen von Datenverarbeitungsanlagen, Hardware, Systemsoftware und Anwendungssoftware
- Datenspeicherung: Einführung in Datenbanksysteme
- Datenübertragung, Netzwerke und verteilte Systeme
- Trends der Vernetzung im Zuge von Industrie 4.0
- Organisationsfragen und rechtliche Aspekte
- Anwendungen der Wirtschaftsinformatik im Unternehmen
- Neue digitale Geschäftsmodelle – Perspektiven und Gefahren
- Grundlagen der IT-Sicherheit

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten) oder Projektarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Steuern und Bilanzen (6 Credit Points)

- Allgemeines Steuerrecht
- Grundlagen der Einkommensbesteuerung
- Theoretische Grundlagen der Bilanzierung
- Bewertung in der Handels- und Steuerbilanz
- Bilanzierungs-, Bewertungs-, Rücklagenpolitik

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen (9 Credit Points)

- Weiterführende Verfahren der Kostenrechnung
- Flexible Plankostenrechnung
- Deckungsbeitragsrechnung
- Prozesskostenrechnung
- Einführung in das System der betrieblichen Finanzwirtschaft
- Finanzanalyse und Kennzahlensysteme
- Kapitalmarktgestützte Unternehmensfinanzierung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Wirtschaftsethik (3 Credit Points)

- Grundlagen der Wirtschafts- und Unternehmensethik
- Historische Entwicklung, Aufgaben und Methoden der Wirtschaftsethik
- Ansatzpunkte ethischer Argumentation
- Unternehmensverantwortung und Unternehmensethik
- Ethik-Management - Prozess und Konfliktfelder
- Ethik-Audits

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Bachelorarbeit (12 Credit Points)

- Selbstständige Bearbeitung einer Aufgabenstellung aus der betriebswirtschaftlichen oder der Fachrichtung des gewählten Studiengangs entsprechenden Forschung und/oder Praxis nach wissenschaftlichen Methoden innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums.

Fachspezifische Pflichtmodule

Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie (7 Credit Points)

- Einführung in die Kommunikationswissenschaft
 - ▶ Definition der Grundbegriffe
 - ▶ Zwischenmenschliche Kommunikation
 - ▶ Öffentliche und (massen-)medial vermittelte Kommunikation
 - ▶ Mensch-Maschine-Kommunikation
 - ▶ Mediennutzungsforschung
 - ▶ Medienwirkungsforschung
- Einführung in die Medienökonomie
 - ▶ Definition der Grundbegriffe
 - ▶ Mediensystem und Medienmärkte
 - ▶ Modelle der Medienökonomie
 - ▶ Grundlagen des Medien- und Urheberrechts

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagements (5 Credit Points)

- Ideenmanagement
 - ▶ Kreativität
 - ▶ Ideenmanagement-Workflow
 - ▶ Briefing
 - ▶ Kreativitätstechniken
 - ▶ Instrumente des operativen Ideencontrollings
 - ▶ Aktuelle Trends (Design Thinking, Crowd Creativity, Computer Aided Innovation CAI/Idea Engineering)
- Innovationsmanagement
 - ▶ Innovationskultur
 - ▶ Innovationsprozesse
 - ▶ Innovationscontrolling
- Projektmanagement
 - ▶ Grundlagen des Projektmanagements
 - ▶ Projektleitung
 - ▶ Projektstart
 - ▶ Projektplanung
 - ▶ Projektumsetzung
 - ▶ Projektabschluss

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Konsument:innenverhalten und Marktforschung (6 Credit Points)

■ Konsument:innenverhalten

- ▶ Methodologische Einführung
- ▶ Aktiviertheit/Involvement
- ▶ Gefühle/Emotionen
- ▶ Wissen/Kognition
- ▶ Motive/Bedürfnisse
- ▶ Einstellungen/Images/Werte/Normen
- ▶ Lebensstile/Persönlichkeit
- ▶ Informationserwerb, Informationsverarbeitung und -speicherung
- ▶ Kaufentscheidungsprozesse
- ▶ Kaufverhalten von Organisationen (Buying Center)

■ Marktforschung

- ▶ Phasen des Marktforschungsprozesses:
 - Problemformulierung und Wahl des Forschungsdesigns
 - Bestimmung der Informationsquellen und Erhebungsmethoden
 - Operationalisierung und Messung der einbezogenen Variablen
 - Durchführung der Erhebung („Feldarbeit“)
 - Vorbereitung der Datenauswertung
 - Datenauswertung und Ergebnisinterpretation
 - Erstellen des Forschungsberichts und Präsentation der Ergebnisse
- ▶ Gütekriterien (Wahrheits- und Nützlichkeitskriterien)
- ▶ Primärforschung (Befragung, Beobachtung, Experiment, Panel)
- ▶ Sekundärforschung (innerbetriebliche und außerbetriebliche Informationsquellen)
- ▶ Online-Marktforschung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Kommunikations- und Markenmanagement (5 Credit Points)

- Kommunikationsmanagement
 - ▶ Kommunikationsformen (ATL, BTL, TTL)
 - ▶ Kommunikationsstrategien und -umsetzung, Mediaplanung
 - ▶ Besonderheiten der Online-Kommunikation
 - ▶ Integrierte Kommunikation
 - ▶ Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern (Auswahlkriterien, Briefing, Kampagnenselektion)
- Markenmanagement
 - ▶ Identitätsorientierte Markenführung
 - ▶ Markenstrategien
 - ▶ Branding
 - ▶ Führung komplexer Markensysteme
 - ▶ Markendehnung
 - ▶ Ethische und nachhaltige Markenführung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Medienrecht (5 Credit Points)

- Medienrecht als Querschnittsrecht
- Presserecht
- Rundfunkrecht
- Filmrecht
- Recht der Telemedien
- Telekommunikationsrecht
- Allgemeines Persönlichkeitsrecht (Verfassungsrechtliche Verankerung und zivilrechtliche Ausgestaltung)
- Übergreifende Regelungen zur Ausgestaltung und Beschränkung (Jugendschutz, Datenschutz, Urheberrecht, Marken- und Werberecht, Sport und Medien)

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Medienmarketing (5 Credit Points)

- ▶ Märkte und Marketing für elektronische und nicht elektronische Medien
- ▶ Medienunternehmen und ihr Umfeld
- ▶ Marketingkonzepte (On- und Offline)
- ▶ Marktforschungsmethoden und Institute in der Medienbranche
- ▶ Markenmanagement im Medienbereich
- ▶ Plattformökonomie und Socialmediamarketing
- ▶ Einsatz künstlicher Intelligenz im Online-Marketing

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Internationale Medien (5 Credit Points)

- Mediensysteme im internationalen Vergleich
- Globalisierung der Mediensysteme
- Kommunikationspolitik und Digitalisierung
- Pressesysteme
- TV-Unterhaltungsformate
- Medienkonzentration
- Journalismuskulturen
- Weltregionen im Vergleich (West- und Osteuropa, Nord- und Lateinamerika, Arabische Welt, Asien, Afrika)
- Medienregulierung Global-Content

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

International Marketing (5 Credit Points)

- Definition zentraler Begriffe und Erörterung des historischen Kontextes
- Globalisierung, Digitalisierung und Transformation als Meta-Trends, Internationale Marktforschung, SLEPTS-Modell, Mc-Kinseys-7-S-Ansatz, Auditansätze
- Strategisches Internationales Marketing und internationale Marketing-Strategien: interkulturelle Kommunikation als Schlüsselvariable, Marktzentrierte Strategien, Kunden- und Zielgruppenzentrierte Strategien, Produkt- und Markenzentrierte Strategien, Controlling-Strategien
- Operative Planung im internationalen Marketing: operative Planung der internationalen Kommunikation, des internationalen Marken-, Produkt- und Service-Managements, der Preispolitik für internationale Märkte und der Vertriebspolitik

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Grundlagen Online-Marketing und Social Media (5 Credit Points)

- Online-Marketing
 - ▶ Usability – Benutzerfreundliche Corporate Websites
 - ▶ Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Suchmaschinen-Marketing (SEM)
 - ▶ Online-Werbung
 - ▶ Online-PR
 - ▶ E-Mail-Marketing
 - ▶ Affiliate-Marketing
 - ▶ Mobile Communications
 - ▶ Video-Marketing/Viral Marketing
 - ▶ Web Analytics
 - ▶ Cross Media Marketing
 - ▶ Multi-Channel-Marketing
- Social Media
 - ▶ Möglichkeiten und Grenzen
 - ▶ Social Media als Instrument der Marktforschung
 - ▶ Social Media im Rahmen der proaktiven Unternehmenskommunikation
 - ▶ Social Media im Rahmen der reaktiven Kommunikation und Dialogorganisation
 - ▶ Rechtliche Aspekte in Social Media

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Grundlagen der Unternehmenskommunikation (5 Credit Points)

- Kommunikation mit den Mitarbeitern/interne Kommunikation
- Kommunikation mit Stakeholdern
- Kommunikation mit den Medien/Media Relations
- Kommunikation mit der Öffentlichkeit/PR
- Corporate Identity (Corporate Behavior, Corporate Communication, Corporate Culture, Corporate Design)
- Online- und Offline-Instrumente und Plattformen der Unternehmenskommunikation (Geschäftsberichte, Mitarbeiter-Zeitschrift, Social Media, Pressemitteilungen, Blogs)
- Überblick zu speziellen Feldern der Unternehmenskommunikation:
 - ▶ Issues- und Reputationsmanagement
 - ▶ Finanzkommunikation
 - ▶ Veränderungskommunikation
 - ▶ Krisenkommunikation
 - ▶ CSR und Reporting
 - ▶ Integrierte Unternehmenskommunikation

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Medienpraxis – Konzept und Redaktion (15 Credit Points)

- Konzept und Redaktion – Print (Recherche, Entwurf, Endredaktion)
- Produktion: Fotografie, Layout, Satz, Druck
- Konzept und Redaktion – TV/Radio (Treatment, Drehbuch, Storyboard, Animatic)
- Produktion: Aufnahmetechnik, Videogestaltung, Schnitt
- Konzept und Redaktion – Digital (Idee, Struktur, User Interface/User Experience)
- Produktion: Website-Gestaltung und Standardsoftware, Content Management Systeme
- Mobile (Location based Services, App-Entwicklung)
- Praxis crossmedialer Ansätze (inhaltliche und formale Integration)

Prüfungsleistung: Projektarbeit

Personal Communications (6 Credit Points)

- Grundlagen der persönlichen Kommunikation
- Rhetorik und freie Rede
- Präsentationstechniken
- Gesprächsführung im beruflichen Umfeld (formell/informell)
- Moderationstechniken
- Bürokommunikation (effiziente Kommunikation inner-/außerhalb der eigenen Organisation)
- Verhandlungsführung und Verkaufstechniken

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Marketing-Controlling (4 Credit Points)

- Grundlagen (Marketing und Controlling)
- Marketing-Audit (Verfahrens, Strategie- Marketing-Mix-, Organisationsaudit)
- Kundenwertanalyse
- Markenwertanalyse
- Kommunikationscontrolling
- Vertriebscontrolling

Prüfungsleistung: Projektarbeit: Visualisierung und Erklärung (5–8 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Wahlpflichtmodule des dualen Bachelorstudiengangs Kommunikation & Medienmanagement

Im 5. und 6. Semester (Vollzeit-Variante) bzw. im 6. und 7. Semester (Teilzeit-Variante und duale Variante) hast Du die Möglichkeit, Deine spezifischen Interessen zu vertiefen. Es werden verschiedene Wahlmodule angeboten, von denen je Semester ein Modul zu belegen ist.

Unternehmenskommunikation – Strategie und Umsetzung (15 Credit Points)

- Strategische Planung
 - ▶ Integrierter Kommunikationsansatz (zeitlich, formal, inhaltlich)
 - ▶ Interne Unternehmenskommunikation:
 - HR Communication (Mitarbeiter, Gremien, Freelancer etc.)
 - Change Communication
 - ▶ Externe Unternehmenskommunikation:
 - Krisenkommunikation
 - Vertiefung/weitere Instrumente: Public Affairs, Nachhaltigkeitskommunikation, Internationale Unternehmenskommunikation
- Operative Umsetzung
 - ▶ Budgetierung
 - ▶ Kampagnengestaltung (Vertiefung, Texterstellung und Visualisierung)
 - ▶ Erfolgskontrolle
 - ▶ Zusammenarbeit zwischen Corporate Client und CI-/PR-Agenturen
 - ▶ Medien-/Pressearbeit (Vertiefung)

Prüfungsleistung: Hausarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen). Alle Prüfungsleistungen müssen einzeln bestanden sein.

Werbe- und Medienpsychologie (15 Credit Points)

- Customer/Consumer Insights
- Methoden der psychologischen Morphologie (morphologische Wirkungsforschung, Tiefeninterviews)
- Gruppeninterviews/Focus Group Interviews (FGI)
- Apparative Verfahren der Werbewirkungsforschung
- Methoden und bisherige Erkenntnisse der Neuromarketing-Forschung
- Gesellschaftliche Kommunikation im Wandel der Geschichte
- Wirkungsformen unterschiedlicher Medien
- Einfluss von Persönlichkeit auf die Medienwahl
- Exzessive und pathologische Mediennutzung

Prüfungsleistung: Hausarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Kreation und Inszenierung (15 Credit Points)

- Strategic Planning: Aufgaben und Methoden, Erstellen eines Agentur-Briefings
- Kreativitäts- und Innovationstechniken für Kampagnen und Events: Anwenden von Design Thinking Tools
- Ideen ausarbeiten und präsentieren: Storytelling und Pitch
- Dramaturgische Ansätze für jede Art von Präsentation, Darstellung und Selbstdarstellung, Event und Show
- Inszenatorische Ansätze für Interaktion mit dem Publikum

Prüfungsleistung: Projektarbeit und Präsentation mit Anschlussdiskussion, Seminarteilnahme, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Advanced Online Marketing (15 Credit Points)

- Geschäftsmodelle im Internet
- Werbestrategien und Instrumente im Internet
- Internet der Dinge (IoT/Web 4.0)
- Big Data Analytics
- Sicherheit im Netz
- Viral Marketing
- Content-Strategie und Content-Marketing
- Digital Publishing/Online Redaktion
- Trends und Perspektiven im Online-Marketing

Prüfungsleistung: Hausarbeit

Markenkommunikation (15 Credit Points)

- Multisensorische Markenführung
 - ▶ Visuelle Markenkommunikation
 - ▶ Auditive Markenkommunikation
 - ▶ Haptische Markenkommunikation
 - ▶ Olfaktorische Markenkommunikation
 - ▶ Gustatorische Markenkommunikation
 - ▶ Strategien beim Einsatz mehrerer sensorischer Stimuli
- Markenallianzen
 - ▶ Markenallianzen als strategische Option
 - ▶ Erfolgsfaktoren von Markenallianzen
 - ▶ Markenallianzen in der Praxis
- Social Branding
 - ▶ Bedeutung und Bedingungen
 - ▶ Rechtliche Aspekte
 - ▶ Branchenspezifisches Social Branding
 - ▶ Das WEB 4.0 und seine Folgen für das Branding
- Marken als Medienereignis
 - ▶ Owned Media statt Paid Media
 - ▶ Content-Strategien für TV, Print, Online, Mobile und Games
 - ▶ Customer Journey

Prüfungsleistung: Hausarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

International Management (15 Credit Points)

- International Environment
 - ▶ Assessing the environment: Political, economic, social, technological, ecological, legal
 - ▶ Market barriers
 - ▶ Competitive advantage of nations and regional clusters
- International Strategic Agency/Partner Management
 - ▶ Managing interdependence: Social responsibility, ethics, sustainability
 - ▶ Formulating and implementing communication strategy for international and global operations
 - ▶ Foreign operation modes (buying, outsourcing, offshoring, international alliances, subsidiaries greenfield investments, mergers & acquisitions)
- Selected Value Chain Activities
 - ▶ International research and development
 - ▶ International sourcing and production
- International Project Management
 - ▶ Formal and informal coordination mechanisms
 - ▶ Intercultural Management
- Business English
 - ▶ Applying for (internal) Jobs
 - ▶ Interviewing for (internal) Jobs
 - ▶ Delegating Tasks
 - ▶ Scheduling Appointments
 - ▶ Greeting Visitors and Guests
 - ▶ Negotiating Deals
 - ▶ General Inquiries
 - ▶ Making Offers
 - ▶ Ordering Goods
 - ▶ Sending Acknowledgements
 - ▶ Handling Deliveries
 - ▶ Settling Payments

Prüfungsleistung: Hausarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Nachhaltigkeitsmanagement/Sustainability Management (15 Credit Points)

- Rahmenbedingungen nachhaltiger Unternehmensführung
 - ▶ Nachhaltigkeitsökonomik
 - ▶ Institutionelle Rahmenbedingungen der Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik
 - ▶ Rechtliche Grundlagen umweltorientierter/nachhaltiger Unternehmensführung
 - ▶ Perspektiven und Konzepte des Nachhaltigkeitsmanagements
 - ▶ Corporate Social Responsibility
 - ▶ Umwelt- und Sozialmanagementsysteme
 - ▶ Gütekriterien und Produktlabels
 - ▶ Zertifizierungen
- Anwendungsgebiete und Unternehmensfunktionen des Nachhaltigkeitsmanagements
 - ▶ Nachhaltiges Innovationsmanagement
 - ▶ Energie- und Ressourcenmanagement
 - ▶ Sustainable Entrepreneurship
 - ▶ Sustainable Supply Chain Management
 - ▶ Sustainable Finance

Prüfungsleistung: Hausarbeit (ca. 15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Medienproduktion – Schwerpunkt Video und TV (15 Credit Points)

- Einführung in den aktuellen Video-Journalismus und Bewegtbildmarkt (Formate, Dramaturgie, Recherche, Social-Media, KI)
- Redaktions- und Produktionsabläufe verstehen und anwenden (Arbeitsbereiche und Workflow)
- Konzept für Online-Videoformat erstellen und umsetzen (Recherche, Planung, Dreh und Schnitt zu einem vorgegebenen Thema mit dem Handy)

Prüfungsleistung: Projektarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

International Entrepreneurship (15 Credit Points)

- Auswertung der Ist-Situation von komplexen Wirtschaftsbetrieben anhand betriebswirtschaftlicher Kennzahlen und Analyse grundlegender ökonomischer Zusammenhänge
- Festlegen von Wirtschafts- und Wettbewerbsstrategien für das eigene fiktive Unternehmen, Erarbeitung einer Soll-Situation unter Berücksichtigung strategischer und operativer Planungen
- Analyse von Unternehmensumfeldern und Erarbeitung von Handlungsalternativen in entsprechenden Szenarien
- Erkennen von komplexen Interdependenzen zwischen Teilsystemen eines Unternehmens und dem Marktgeschehen
- Entwicklung eines eigenen Business Cases in Form eines mehrstufig angelegten Business Plans für ein digital getriebenes Unternehmen unter der Bewertung von Besonderheiten internationaler Märkte
- Präsentation von Ergebnissen und „Pitching“ von Unternehmensideen

Prüfungsleistung: Erbrachte Leistung innerhalb der durchgeführten Wirtschaftssimulation sowie im Business Case, Abgabe des persönlichen Berichts, Abgabe des Business Plans, Präsentation der Ergebnisse

Medienkompetenz & New Media Management im Sport (15 Credit Points)

- Grundlagen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Sport
- Instrumente der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Erfolgskontrolle der PR-Arbeit
- Einordnung und Stellenwert der neuen Medien
- Die Möglichkeiten der neuen Medien im Sport
- Einsatz der neuen Medien
- Einleitung und Übersicht des New Media Monitoring
- Balanced Scorecard
- Strategien zur Optimierung

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

E-Commerce (15 Credit Points)

- Grundlagen der digitalen Wirtschaft
- E-Business (E-Marketplace)
- Elektronische Märkte
- Geschäftsprozessmanagement im E-Commerce
- Betriebliche Anwendungssysteme
- SCM
- Grundlagen zur Erstellung einer Web-Präsenz
- Online-Shop-Systeme
- Digitales Marketing
- Web Analytics
- Datensicherheit/Datenschutz

Prüfungsleistung: Projektarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)