

Studienordnung

der IST-Hochschule für Management

für die Studiengänge

Kommunikation und Eventmanagement

Kommunikation und Medienmanagement

(Bachelor of Arts)

§ 1 Geltungsbereich	3
§ 2 Studienangebot im Bachelor „Kommunikation und Eventmanagement“	4
§ 3 Studienangebot im Bachelor „Kommunikation und Medienmanagement“	10
§ 4 Wahlpflichtmodule	17
§ 5 Inkrafttreten	18

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge Inhalt und Aufbau des Studiums in den Studiengängen:

- Kommunikation und Eventmanagement
- Kommunikation und Medienmanagement

§ 2 Studienangebot im Bachelor „Kommunikation und Eventmanagement“

- (1) Das Studienangebot besteht aus den unten aufgeführten Pflichtmodulen und den nach § 4 wählbaren Wahlpflichtmodulen, denen Modulprüfungen gemäß der Prüfungsordnung für Bachelorstudiengänge zugeordnet sind. Aus dem Bereich der Wahlpflichtmodule sind zwei Module zu absolvieren.

Die Semesterwochenstunden der Wahlmodule können dabei von der unten dargestellten Tabelle abweichen.

- (2) Die Inhalte, der Stundenumfang mit den Anteilen der Online-/Präsenzzeiten (OPz) (Workload in den Lernorten Online-Tutorium und Präsenzseminar) und des Selbststudiums (Ss) (Workload in den übrigen Lernorten) sowie die ECTS-Kreditpunkte der Lehrveranstaltungen gemäß der Prüfungsordnung für Bachelorstudiengänge ergeben sich aus der folgenden Tabelle sowie nach § 4.

Vollzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7	25	150										
Grundlagen der BWL	6	25	125										
Einführung in das Rechnungswesen	6	20	130										
Marketing I	4	15	85										
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik	7	25	150										
Konsumentenverhalten und Marktforschung	6			25	125								
Kommunikations- und Markenmanagement	5			25	100								
Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement	5			25	100								
Grundlagen der Unternehmenskommunikation	5			25	100								
Grundlagen der VWL	4			10	90								
Wirtschaftsrecht	5			20	105								

Vollzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Eventmanagement – Konzeption und Gewerke	15					75	300						
Grundlagen Online-Marketing und Social Media	5					15	110						
Wirtschaftsinformatik und neue Medien	4					10	90						
Unternehmensführung und Personalmanage- ment	6					25	125						
Eventmanagement – Kommunikation	15							55	320				
Marketing-Controlling	4							15	85				
International Marketing	5							25	100				
Steuern und Bilanzen	6							20	130				
Personal Communications	6									35	115		
Unternehmerische Ent- scheidungsgrundlagen	9									25	200		
Wahlmodul 1	15									70	305		
Wirtschaftsethik	3											20	55
Wahlmodul 2	15											90	285
Bachelorarbeit	12											0	300
Σ h		110	640	130	620	125	625	115	635	130	620	110	640
Σ ECTS	180	30		30		30		30		30		30	

Teilzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6		Fach-Semester 7		Fach-Semester 8	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7	25	150														
Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagements	5	25	100														
Grundlagen der BWL	6	25	125														
Marketing I	4	15	85														
Konsumentenverhalten und Marktforschung	6			25	125												
Kommunikations- und Markenmanagement	5			25	100												
Einführung in das Rechnungswesen	6			20	130												
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik	7			25	150												
Grundlagen der Unternehmenskommunikation	5					25	100										
Grundlagen Online-Marketing und Social Media	5					15	110										
Wirtschaftsrecht	5					20	105										
Wirtschaftsinformatik und neue Medien	4					10	90										
Grundlagen der VWL	4					10	90										

Teilzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6		Fach-Semester 7		Fach-Semester 8	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Eventmanagement – Konzeption und Gewerke	15							75	300								
Unternehmens- führung und Personalma- nagement	6							25	125								
Eventmanage- ment – Kommunikation	15									55	320						
International Marketing	5									25	100						
Wirtschaft- sethik	3									20	55						
Marketing- Controlling	4											15	85				
Steuern und Bilanzen	6											20	130				
Wahlmodul 1	15											70	305				
Unternehmeri- sche Entschei- dungsgrund- lagen	9													25	200		
Wahlmodul 2	15													90	285		
Personal Com- munications	6															35	115
Bachelorarbeit	12															0	300
Σ h		90	460	95	505	80	495	100	425	100	475	105	520	115	485	35	415
Σ ECTS	180	22		24		23		21		23		25		24		18	

Dual	Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6		Fach-Semester 7	
	Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Einführung in die Kom- munikations- wissenschaft und Medien- ökonomie	7	25	150											
Grundlagen des Ideen-, Inno- vations- und Projektmanage- ments	5	25	100											
Grundlagen der BWL	6	25	125											
Marketing I	4	15	85											
Grundlagen der VWL	4	10	90											
Konsumenten- verhalten und Marktforschung	6			25	125									
Kommuni- kations- und Markenmana- gement	5			25	100									
Einführung in das Rechnungs- wesen	6			20	130									
Wissenschaft- liches Arbeiten und Statistik	7			25	150									
Eventmanage- ment – Konzeption und Gewerke	15					75	300							
Unternehmens- führung und Personalma- nagement	6					25	125							
Wirtschafts- recht	5					20	105							

Dual		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6		Fach-Semester 7	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
International Marketing	5							25	100						
Grundlagen Online-Marketing und Social Media	5							15	110						
Grundlagen der Unternehmenskommunikation	5							25	100						
Wirtschaftsinformatik und neue Medien	4							10	90						
Steuern und Bilanzen	6							20	130						
Eventmanagement – Kommunikation	15									55	320				
Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen	9									25	200				
Personal Communications	6											35	115		
Marketing-Controlling	4											15	85		
Wirtschaftsethik	3											20	55		
Wahlmodul 1	15											55	320		
Wahlmodul 2	15													75	300
Bachelorarbeit	12													0	300
Σ h		100	550	95	505	120	530	95	530	80	520	125	575	75	600
Σ ECTS	180	26		24		26		25		24		28		27	

§ 3 Studienangebot im Bachelor „Kommunikation und Medienmanagement“

- (1) Das Studienangebot besteht aus den unten aufgeführten Pflichtmodulen und den nach § 4 wählbaren Wahlpflichtmodulen, denen Modulprüfungen gemäß der Prüfungsordnung für Bachelorstudiengänge zugeordnet sind. Aus dem Bereich der Wahlpflichtmodule sind zwei Module zu absolvieren.

Die Semesterwochenstunden der Wahlmodule können dabei von der unten dargestellten Tabelle abweichen.

- (2) Die Inhalte, der Stundenumfang mit den Anteilen der Online-/Präsenzzeiten (OPz) (Workload in den Lernorten Online-Tutorium und Präsenzseminar) und des Selbststudiums (Ss) (Workload in den übrigen Lernorten) sowie die ECTS-Kreditpunkte der Lehrveranstaltungen gemäß der Prüfungsordnung für Bachelorstudiengänge ergeben sich aus der folgenden Tabelle sowie nach § 4.

Vollzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7	25	150										
Grundlagen der BWL	6	25	125										
Einführung in das Rechnungswesen	6	20	130										
Marketing I	4	15	85										
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik	7	25	150										
Konsumentenverhalten und Marktforschung	6			25	125								
Kommunikations- und Markenmanagement	5			25	100								
Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagements	5			25	100								
Grundlagen der Unternehmenskommunikation	5			25	100								
Wirtschaftsrecht	5			20	105								
Grundlagen der VWL	4			10	90								

Vollzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Medienrecht	5					25	100						
Medienmarketing	5					25	100						
Internationale Medien	5					25	100						
Grundlagen Online-Marketing und Social Media	5					15	110						
Wirtschaftsinformatik und neue Medien	4					10	90						
Unternehmensführung und Personalmanage- ment	6					25	125						
Medienpraxis – Konzept und Redaktion	15							80	295				
Marketing-Controlling	4							15	85				
International Marketing	5							25	100				
Steuern und Bilanzen	6							20	130				
Personal Communica- tions	6									35	115		
Unternehmerische Ent- scheidungsgrundlagen	9									25	200		
Wahlmodul 1	15									70	305		
Wirtschaftsethik	3											20	55
Wahlmodul 2	15											90	285
Bachelorarbeit	12											0	300
Σ h		110	640	130	620	125	625	140	610	130	620	110	640
Σ ECTS	180	30		30		30		30		30		30	

Teilzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6		Fach-Semester 7		Fach-Semester 8	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7	25	150														
Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagements	5	25	100														
Grundlagen der BWL	6	25	125														
Marketing I	4	15	85														
Konsumentenverhalten und Marktforschung	6			25	125												
Kommunikations- und Markenmanagement	5			25	100												
Einführung in das Rechnungswesen	6			20	130												
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik	7			25	150												
Grundlagen der Unternehmenskommunikation	5					25	100										
Grundlagen Online-Marketing und Social Media	5					15	110										
Wirtschaftsrecht	5					20	105										
Wirtschaftsinformatik und neue Medien	4					10	90										
Grundlagen der VWL	4					10	90										

Teilzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6		Fach-Semester 7		Fach-Semester 8	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Medienrecht	5							25	100								
Medien- marketing	5							25	100								
Internationale Medien	5							25	100								
Unternehmens- führung und Personalma- nagement	6							25	125								
Medienpraxis – Konzept und Redaktion	15									80	295						
International Marketing	5									25	100						
Wirtschafts- sethik	3									20	55						
Marketing- Controlling	4											15	85				
Steuern und Bilanzen	6											20	130				
Wahlmodul 1	15											70	305				
Unternehmeri- sche Entschei- dungsgrund- lagen	9													25	200		
Wahlmodul 2	15													90	285		
Personal Com- munications	6															35	115
Bachelorarbeit	12															0	300
Σ h		90	460	95	505	80	495	100	425	125	450	105	520	115	485	35	415
Σ ECTS	180	22		24		23		21		23		25		24		18	

Dual Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6		Fach-Semester 7	
		OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
Einführung in die Kom- munikations- wissenschaft und Medien- ökonomie	7	25	150												
Grundlagen des Ideen-, Inno- vations- und Projektmanage- ment	5	25	100												
Grundlagen der BWL	6	25	125												
Marketing I	4	15	85												
Grundlagen der VWL	4	10	90												
Konsumenten- verhalten und Marktforschung	6			25	125										
Kommuni- kations- und Markenmana- gement	5			25	100										
Einführung in das Rechnungs- wesen	6			20	130										
Wissenschaft- liches Arbeiten und Statistik	7			25	150										
Medienrecht	5					25	100								
Medien- marketing	5					25	100								
Internationale Medien	5					25	100								
Unternehmens- führung und Personalma- nagement	6					25	125								
Wirtschafts- recht	5					20	105								

Dual		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6		Fach-Semester 7	
Veranstaltung/ Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h	OPz in h	Ss in h
International Marketing	5							25	100						
Grundlagen Online-Marketing und Social Media	5							15	110						
Grundlagen der Unternehmenskommunikation	5							25	100						
Wirtschaftsinformatik und neue Medien	4							10	90						
Steuern und Bilanzen	6							20	130						
Medienpraxis – Konzept und Redaktion	15									65	310				
Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen	9									25	200				
Personal Communications	6											35	115		
Marketing-Controlling	4											15	85		
Wirtschaftsethik	3											20	55		
Wahlmodul 1	15											55	320		
Wahlmodul 2	15													75	300
Bachelorarbeit	12													0	300
Σ h		100	550	95	505	120	530	95	530	90	510	125	575	75	600
Σ ECTS	180	26		24		26		25		24		28		27	

§ 4 Wahlpflichtmodule

Titel	ECTS	OPz in h	Ss in h	Σ h
Wahlpflichtmodule „Kommunikation und Eventmanagement“ bzw. „Kommunikation und Medienmanagement“				
International Management	15	70	305	375
Unternehmenskommunikation – Strategie und Umsetzung	15	70	305	375
Markenkommunikation	15	70	305	375
Werbe- und Medienpsychologie	15	80	295	375
Kreation und Inszenierung	15	90	285	375
Advanced Online Marketing	15	50	325	375

§ 5 Inkrafttreten

Diese Studienordnung tritt zu Beginn des Wintersemesters 2015/16 in Kraft.

Düsseldorf, 23. Dezember 2014

Der Präsident der IST-Hochschule für Management