

Modulübersicht

des Bachelorstudiengangs
Kommunikation & Eventmanagement
(VZ/TZ/dual)

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

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen Deines Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Du bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten kannst. 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 Deinen Dozierenden austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Du je nach Aufgabenstellung allein 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 Kommiliton:innen 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 Branchenexpert:innen sowie Deinen Kommiliton:innen 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 Telefonnummer +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
- Strategische Marketingplanung
- Methoden und Modelle der strategischen Marketingplanung
- Operative Marketingplanung
- Elemente des Marketing-Mix
- Bedeutung der Nachhaltigkeit im Marketing
- Grundlagen des digitalen Marketings

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

Einführung in das Rechnungswesen (6 Credit Points)

- a) Finanzbuchhaltung
 - ▶ 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
 - ▶ Abschreibungen und Zuschreibungen
 - ▶ Umsatz- und Vorsteuerverbuchung
 - ▶ Zeitliche Abgrenzungen von Aufwendungen und Erträgen
 - ▶ Rückstellungen
 - ▶ Verbuchung von Eigenkapitaländerungen
- b) Kostenrechnung
 - ▶ Grundlagen der Kostenrechnung
 - ▶ Systeme der Kostenrechnung
 - ▶ Klassische Vollkostenrechnung, mit den Teilsystemen
 - Kostenartenrechnung
 - Kostenstellenrechnung
 - Kostenträgerrechnung
 - ▶ Grundlagen der Teilkostenrechnung
 - ▶ Grundlagen der kurzfristigen Erfolgsrechnung

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten) Externes Rechnungswesen/Finanzbuchhaltung (50 %) + Klausur (90 Minuten) Internes Rechnungswesen/Kostenrechnung (50 %), 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
- Theorie des Angebots

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Grundlagen der Wirtschaftsinformatik (4 Credit Points)

- Einführung in die Wirtschaftsinformatik
- Daten, Informationen und Wissen in der IT
- Aufbau und Funktionen von Datenverarbeitungsanlagen, Hardware, Systemsoftware und Anwendungssoftware
- Optimierung von Geschäftsprozessen
- Entwicklung und Betrieb von Informations- bzw. Anwendungssystemen
- Datenspeicherung: Einführung in Datenbanksysteme
- Datenübertragung, Netzwerke und verteilte Systeme
- Trends der Vernetzung im Zuge der Internet-Technologie
- Organisationsfragen und rechtliche Aspekte
- Arten von Informations- bzw. Anwendungssystemen
- Grundlagen der IT-Sicherheit: Schutzziele, Risiken sowie Verfahren und Instrumente der IT-Sicherheit
- Technologien der digitalen Transformation

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

Unternehmensführung und Personalmanagement (6 Credit Points)

- Unternehmensführung und Personalmanagement
 - ▶ Normatives Management
 - ▶ Strategisches Management
 - ▶ Managementprozess
 - ▶ Organisation
 - ▶ Personalmanagement
 - ▶ Personalführung
- Arbeitsrecht
 - ▶ Individuelles Arbeitsrecht
 - ▶ Kollektives Arbeitsrecht

Prüfungsleistung: 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), in begründeten Ausnahmefällen kann die Prüfungsleistung auch durch eine mündliche Prüfung erbracht werden

Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen (9 Credit Points)

- Von der Kostenrechnung zum Kostenmanagement
- Einführung in das Controlling
- Operative und strategische Planung und Kontrolle
- Analyse und Steuerung im Controlling
- Instrumente des Controllings
- Einführung in die betriebliche Finanzwirtschaft
- Außenfinanzierung (Eigen-, Fremd- und Mezzanin-Finanzierung)
- Innenfinanzierung
- Sonderformen der Finanzierung
- Grundlagen von Investitionsentscheidungen
- Statische Investitionsrechnung
- Dynamische Investitionsrechnung
- Einführung in die Unternehmensbewertung

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.

Prüfungsleistung: Bachelorarbeit

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
- Häufigkeitsverteilungen
- Kennzahlen für Lage, Streuung und Zusammenhang
- Auffälligkeiten in Häufigkeitsverteilungen
- Verhältniszahlen
- Schließende Statistik in wirtschaftswissenschaftlichen Anwendungen
- Zufallsverteilungen und Schätzfunktionen
- Schätzverfahren
- Testverfahren
- Bivariater Zusammenhang in der Kreuztabelle und bei der Regressionsanalyse

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

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)

Fachspezifische Pflichtmodule

Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie (7 Credit Points)

- Inhalte des Moduls:
 - ▶ Einführung in die Kommunikationswissenschaft
 - ▶ Definition grundlegender Begriffe
 - ▶ Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft
 - ▶ (Massen-)medial vermittelte Kommunikation
 - ▶ Mensch-Maschine-Kommunikation und KI
 - ▶ Forschungsansätze in der Kommunikationswissenschaft
- Einführung in die Medienökonomie
 - ▶ Definition grundlegender Begriffe
 - ▶ Forschungsansätze der Medienökonomie
 - ▶ Mediensystem und Medienmärkte
 - ▶ Medienökonomie und Social Media

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)

- Konsumverhalten
 - ▶ Was ist Konsumverhalten?
 - ▶ Akteursgruppen und Erkenntnisinteressen
 - ▶ Zentrale Fragestellungen der Konsumforschung
 - ▶ Kaufentscheidungsprozesse und Konsumtheorien
 - ▶ Psychologische Modelle und Konstrukte
- Marktforschung
 - ▶ Definition und Nutzen von Marktforschung
 - ▶ Akteure und Erkenntnisinteressen
 - ▶ Ablauf eines Marktforschungsprojekts
 - ▶ Methodenwahl und Qualitätsstandards
- Methoden der Marktforschung
 - ▶ Primär- und Sekundärforschung
 - ▶ Quantitative und qualitative Verfahren
 - ▶ Erhebungsmethoden: Befragung, Beobachtung, Experiment
 - ▶ Innovative Ansätze: Big Data, KI, Echtzeitanalyse
 - ▶ Qualitätsstandards: Validität, Reliabilität, Datenschutz
- Beispielhafte Anwendungsfelder
 - ▶ Marktanalyse
 - ▶ Zielgruppenanalyse
 - ▶ Analyse von Kaufinteresse und Zahlungsbereitschaft
 - ▶ Markenwahrnehmungsanalyse (Brand Tracking)

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)

Grundlagen der Unternehmenskommunikation (5 Credit Points)

- Kommunikation mit den Mitarbeitenden/interne Kommunikation
- Kommunikation mit den Medien/Media Relations
- Corporate Identity (Corporate Behavior, Corporate Communication, Corporate Culture, Corporate Design)
- Corporate Image und Corporate Reputation
- Online- und Offline-Instrumente und Plattformen der Unternehmenskommunikation
- Überblick zu speziellen Feldern der Unternehmenskommunikation:
 - ▶ Issues- und Reputationsmanagement
 - ▶ Finanzkommunikation
 - ▶ Veränderungskommunikation
 - ▶ Krisenkommunikation
 - ▶ Nachhaltigkeitskommunikation

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

Eventmanagement – Schwerpunkt Konzeption und Gewerke (15 Credit Points)

- Eventarten in der Praxis
- Planung und Realisierung von Events
- Gewerke und Eventlogistik
- Kalkulation und Budgetierung
- Eventrecht

Prüfungsleistung: Projektarbeit (75 % der Modulgesamtnote) + Präsentation (25 % der Modulgesamtnote)

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

- Grundlagen des Online-Marketings
- Online-Marketing-Instrumente
 - ▶ Content-Marketing
 - ▶ Suchmaschinenmarketing (SEO/SEA)
 - ▶ Affiliate-Marketing, Virales Marketing
 - ▶ Online-Werbung, E-Mail-Werbung, Video-Marketing
 - ▶ Multichannel-Marketing, Crossmedia-Marketing
 - ▶ Podcast-Marketing, Voice-Marketing
- Social Media im Online-Marketing
 - ▶ Content-Strategien, Narration, Storytelling
 - ▶ Community Management
 - ▶ Social Advertising
 - ▶ Influencer-Marketing
 - ▶ Krisenmanagement in Social Media
- Zielgruppen, Personalisierung, Hyperpersonalität
 - ▶ Customer-Relationship-Management
 - ▶ Zielgruppenanalyse
 - ▶ Persona-Methode
- Erfolgsmessung im Online-Marketing

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

Eventmanagement – Schwerpunkt Kommunikation und Kreation (15 Credit Points)

- Kommunikation und PR
 - ▶ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Eventbereich
 - ▶ Werbemittel
 - ▶ Erfolgskontrolle der PR-Arbeit
- Kreative Eventkonzepte
 - ▶ Bausteine einer Konzeption
 - ▶ Leitmotiv und Dramaturgie
 - ▶ Kreativitätstechniken, Storytelling
- Eventcontrolling
 - ▶ Nachbereitungsphase
 - ▶ Eventcontrolling
 - ▶ Eventmarketingkontrolle
- Trends im Eventmanagement
 - ▶ Nachhaltigkeit/Green Meeting
 - ▶ Social Media Events
 - ▶ Compliance
 - ▶ Crowdsourcing/Crowdfunding
 - ▶ Technologie Trends

Prüfungsleistung: Projektarbeit + Präsentation (je 50 % der Modulgesamtnote)

International Marketing (5 Credit Points)

- International Marketing Basics
 - ▶ International Marketing – An Overview
 - ▶ The Impacts on International Marketing
 - ▶ Assessing International Market Opportunities
 - ▶ Developing International Marketing Strategies
 - ▶ Executing International Marketing Strategies
- How to Take your Company Global in a Digital Age
 - ▶ Building a Global Mindset
 - ▶ Creating a Consistent Global Customer Experience
 - ▶ Leveraging AI for Global Expansion
 - ▶ Navigating Global Challenges

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)

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)

Wahlpflichtmodule des dualen Bachelorstudiengangs Kommunikation & Eventmanagement

Im 5. und 6. Semester (Vollzeit-Variante) bzw. im 6. und 7. Semester (Teilzeit-Variante und duale Variante) haben Sie die Möglichkeit, Ihre 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
 - ▶ Change Communication
 - ▶ Krisenkommunikation
 - ▶ Vertiefung/weitere Instrumente: Public Affairs, Nachhaltigkeitskommunikation, Internationale Unternehmenskommunikation
- Operative Umsetzung
 - ▶ Budgetierung
 - ▶ Kampagnengestaltung
 - ▶ Erfolgskontrolle
 - ▶ Zusammenarbeit zwischen Corporate Client und CI-/PR-Agenturen
 - ▶ Medien-/Pressearbeit (Vertiefung)

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15–20 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen). Alle Prüfungsleistungen müssen einzeln bestanden sein.

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 (4–5 Seiten) und Pitch, Präsentation (30 Minuten) mit individuellem Feedback, Seminarteilnahme, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen). Alle Prüfungsleistungen müssen einzeln bestanden sein.

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

Werbe- und Medienpsychologie (15 Credit Points)

- Kommunikations- und Medienpsychologie
 - ▶ Gesellschaftliche Kommunikation im Wandel der Geschichte
 - ▶ Wirkungsformen unterschiedlicher Medien
 - ▶ Medien und Emotionen
 - ▶ Gewalt in den Medien
 - ▶ Medienvermittelte Stereotype und Vorurteile
 - ▶ Mediensozialisation und Medienkompetenz
 - ▶ Einfluss von Persönlichkeit auf die Medienwahl
 - ▶ Unterhaltungserleben
 - ▶ Identifikation mit Figuren
 - ▶ ‚Lean Back‘- und ‚Lean Forward‘-Medien
 - ▶ Usability – Gestaltung und Optimierung von Benutzerschnittstellen
 - ▶ Mediennutzung und Medienwirkung bei Kindern und Jugendlichen
 - ▶ Exzessive und pathologische Mediennutzung
- Werbepsychologie
 - ▶ Customer/Consumer Insights
 - ▶ Quantitative (z.B. Fragebogenerhebungen) und qualitative Forschungsmethoden (z.B. Expert*innen-Interviews)
 - ▶ Gruppeninterviews/Focus Group Interviews (FGI)
 - ▶ Quantitative Verfahren der Werbewirkungsforschung (z.B. Eye-Tracking)
 - ▶ Methoden und bisherige Erkenntnisse der Neuromarketing-Forschung
 - ▶ Massenkommunikation und Influencer-Werbung

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15–20 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

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 (15 Seiten), 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 (15–20 Seiten), 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 „Pitchen“ von Unternehmensideen

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

Gastronomiemangement Advanced (15 Credit Points)

- Produktsicherheit
 - ▶ Marktstrukturen in der Gastronomie
 - ▶ Management in der Gastronomie
 - ▶ Gastronomische Erfolgsrezepte
 - ▶ Marketing in der Gastronomie
 - ▶ Betriebsarten in der Gastronomie
 - ▶ Steuerliche Besonderheiten der Gastronomie
- HACCP
 - ▶ Einführung und rechtliche Grundlagen
 - ▶ Begriffsbestimmung
 - ▶ Bauliche und technische Voraussetzungen
 - ▶ HACCP-Konzept
- Systemgastronomie
 - ▶ Franchisesysteme (nach DFV)
 - ▶ Definition und Abgrenzung zu anderen Vertriebsarten
 - ▶ Formen und Konzepte
 - ▶ Strategische Entscheidungen im Management
 - ▶ Vor- und Nachteile für den Franchisegeber
 - ▶ Invest- und Kostenverteilung
 - ▶ Kontrolle, Betreuung und Mitbestimmung
 - ▶ Vertrag

Prüfungsleistung: Projektarbeit (15 Seiten)