

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
- 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
- Theorie des Angebots

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

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

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)

- 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)

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
- 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)

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)

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) oder online Klausur (120 Minuten) möglich, 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)

- Kommunikationswissenschaft
 - ▶ Grundlagen der Kommunikationswissenschaften
 - ▶ Kommunikations- und Mediengeschichte
 - ▶ Kommunikatorforschung
 - ▶ Medieninhaltsforschung
 - ▶ Mediennutzungsforschung
 - ▶ Medienwirkungsforschung
- Medienökonomie
 - ▶ Informationen als handelbares Gut
 - ▶ Medien als Wirtschaftsfaktor
 - ▶ Politische Bedeutung von Medien
 - ▶ Betriebswirtschaftliche Aspekte der Medienwirtschaft
 - ▶ Überblick über Rahmenbedingungen und Markteinflussfaktoren der wichtigsten Mediengattungen (Märkte für nicht-elektronische Medien: Printmärkte, Märkte für elektronische Medien: TV, Hörfunk, Internet etc.)
 - ▶ Geschäftsmodelle in der Medienwirtschaft – Off- und Online
 - ▶ Grundlagen des Medien- und Urheberrechts
 - ▶ CSR in der Medien- und Eventbranche

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?
 - ▶ Kaufentscheidungsprozesse
 - ▶ Lerntheorien
 - ▶ Strukturmodelle und Konstrukte
- Marktforschung
 - ▶ Funktionen der Marktforschung
 - ▶ Quantitative und qualitative Marktforschung
 - ▶ Primär- und Sekundärforschung
 - ▶ Wahrheits- und Nützlichkeitskriterien
 - ▶ Methoden der Marktforschung
 - ▶ Marktanteil und Marktpotential

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)

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)

International Marketing (5 Credit Points)

- Strategic Marketing (Marktfeldstrategien, Marktstimulierungsstrategien, Marktparzellierungsstrategien, Marktsegmentierungsstrategien, Marktarealstrategien)
- Rahmenbedingungen des internationalen Marketings
- Kaufverhalten im internationalen Kontext
- Besonderheiten der internationalen Marktforschung
- Internationale operative Marketingplanung
- Interkulturelle Kompetenz/Interkulturelle Kommunikation

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)

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)

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 & 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:
 - 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)
- Kreation (Briefing-Interpretation und -Ausführung)
- Vertiefung und Anwendung von Kreativitätstechniken
- Storytelling und Entertainment
- Beurteilung von Visualisierung und Grafiken
- Konzept, Drehbuch und Regie
- Dramaturgie (Schauspiel/Theater)
- Inszenierung (geschlossene Bühne, offene Performance)

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 (15–20 Minuten)

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 „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