

Modulübersicht

des Bachelorstudiengangs
Kommunikation & Eventmanagement

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

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen Ihres Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Sie bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Ihnen umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern Ihres 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 Sie im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien können Sie sich interaktiv mit Ihren Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Sie je nach Aufgabenstellung alleine oder in der Gruppe bearbeiten, lernen Sie, wie Sie Ihr theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen können. In unserem Online-Campus haben Sie die Möglichkeit, sich mit Ihren Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder sich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

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

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)

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)

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)

Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik (7 Credit Points)

- Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten
- Präsentationen, Diskussion und Moderation, Feedback
- Argumentation anhand statistischer Daten und Verfahren
- Deskriptive Wirtschaftsstatistik
- Schätzverfahren, Testverfahren, Zufallsverteilungen und Schätzfunktionen

Prüfungsleistung: Hausarbeit (maximal 10 Seiten)

Unternehmensführung und Personalmanagement (6 Credit Points)

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

Prüfungsleistung: Projektarbeit

Wirtschaftsrecht (5 Credit Points)

- Einführung in das Bürgerliche Recht
- Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Gesetzbuchs
- Allgemeines Schuldrecht
- Besonderes Schuldrecht
- Sachenrecht
- Handels- und Gesellschaftsrecht

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten) oder Projektarbeit

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

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)

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

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Wirtschaftsethik (3 Credit Points)

- Grundlagen der Wirtschafts- und Unternehmensethik
- Historische Entwicklung, Aufgaben und Methoden der Wirtschaftsethik
- Unternehmensverantwortung und Unternehmensethik
- Ethik-Management und Ethik-Audits
- Geschichtliche Hintergründe der Nachhaltigkeit und Status der ökologischen, ökonomischen und sozialen Systeme
- Grundlagen des Konzepts der Nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development SD)
- Rahmenordnungen für Einzelaspekte der Nachhaltigkeit auf Unternehmensebene
- CR-Konzepte und C(S)R-Management in der Praxis

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten)

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)

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)

Konsumentenverhalten und Marktforschung (6 Credit Points)

■ Konsumentenverhalten

- ▶ 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)

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)

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

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)

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)

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)

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: Hausarbeit, (Online-)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)

Marketing Controlling (4 Credit Points)

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

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Wahlpflichtmodule des Bachelorstudiengangs Kommunikation & Eventmanagement

Im 5. und 6. Semester (Vollzeit-Variante) bzw. im 6. und 7. Semester (Teilzeit-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 – Interne Unternehmenskommunikation
- Strategische Planung – Externe Unternehmenskommunikation
- Integrierter Kommunikationsansatz (zeitlich, formal, inhaltlich)
- Budgetierung
- Kampagnengestaltung (Vertiefung, Texterstellung und Visualisierung)
- Erfolgskontrolle
- Zusammenarbeit zwischen Corporate Client und CI-/PR-Agenturen

Prüfungsleistung: Hausarbeit

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

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 und Präsentation mit Anschlussdiskussion, Seminarteilnahme. 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: Online-Präsentation (Case Study)

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

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

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)

Sie haben Fragen oder wünschen ergänzende Informationen? Rufen Sie uns unter der deutschlandweit kostenfreien Rufnummer 0800 478 0800 an. Wir freuen uns auf Sie!