

Modulübersicht

des Bachelorstudiengangs
Online-Marketing & Marketingmanagement
(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)

Wissenschaftliches Arbeiten und Lernmethoden (5 Credit Points)

- Zielorientiertes Arbeiten
- Prüfungsvorbereitung
- Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten
- Argumentation anhand statistischer Daten und Verfahren
- Deskriptive Wirtschaftsstatistik
- Testverfahren

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)

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

Fachspezifische Pflichtmodule

Wirtschaftsinformatik des digitalen Zeitalters (9 Credit Points)

- Planung, Umsetzung und Management digitaler Infrastrukturen
- Betriebliche Informationssysteme
- Innovative und disruptive Technologien und Geschäftsmodelle
- Von Big Data zu Smart Data
- Grundlagen der IT-Sicherheit

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

Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie (7 Credit Points)

- Einführung in die Kommunikationswissenschaft
 - ▶ Definition zentraler Grundbegriffe
 - ▶ Zwischenmenschliche Kommunikation
 - ▶ Öffentliche und (massen-)medial vermittelte Kommunikation
 - ▶ Mensch-Maschine-Kommunikation und KI
 - ▶ Forschungsansätze in der Kommunikationswissenschaft
- Einführung in die Medienökonomie
 - ▶ Definition zentraler Grundbegriffe
 - ▶ Mediensystem und Medienmärkte
 - ▶ Medienunternehmen und Medienmanagement
 - ▶ Grundlagen des Medien- und Urheber:innenrechts

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)

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 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)

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

- 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

Prüfungsleistung: Klausur (120 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)

Künstliche Intelligenz, Extended Reality und Zukunftstrends im Online-Marketing (5 Credit Points)

- Zukunftstrends im Online-Marketing
- Künstliche Intelligenz im Online-Marketing
- Customer Journey, Touchpoints und dynamisches Marketing
- Hyperpersonalität und datengetriebenes Marketing
- Online-Marketing und E-Commerce
- Extended Reality im Online-Marketing
- Online-Marketing im Metaverse
- Diversität als Trend im Online-Marketing
- Nachhaltigkeit als Trend im Online-Marketing

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

Social Media- und Influencer:innen Marketing (9 Credit Points)

- Historie des Social Media Marketings
- Technische Innovationen, die Social Media Marketing ermöglicht habe
- Bedeutung des Social Media Marketings für die Bereiche B2C und B2B
- Dialog im Social Web: Community Management
- Konzeption von Social Media Kampagnen
- Einfluss von Influencer:innen auf die Meinungsbildung unterschiedlicher Zielgruppen
- Nutzung von Influencer:innen in Marketing-Kampagnen
- Konzeption von Influencer Relations Kampagnen
- Evaluation von Social Media- und Influencer Marketing Kampagnen mit KPI Modellen (Social Media Balanced Scorecard)

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

Agiles Projekt- und Kampagnenmarketing (5 Credit Points)

- Definition der Grundbegriffe und grundlegenden Konzepte
- Methoden des agilen Projektmanagements: Scrum, Kanban, Design Thinking
- Agile Methoden im Campaigning und agile Kampagnen: Szenarien und Rahmenbedingungen, Stakeholder, Fokus, Erfolgsmessung,
- Fallbeispiele für agile Projekte und Kampagnen

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

Usability Management (6 Credit Points)

- Grundlagen: Usability und Usability Management, UX und UX-Design, Benutzungsschnittstellen
- Usability und User Experience: Erwartungen unterschiedlicher Zielgruppen, Touchpoints
- Usability-Tests: Methoden und Ablauf, Methoden zur Verankerung der Usability-Optimierung
- Usability und UX-Design: Standards im User-Experience-Design, Designparadigmen im Online-Marketing, Barrierefreies Webdesign, Gestaltung von Mensch-Maschine-Interfaces
- Idealtypischer Projektablauf zur Usability-Optimierung: Start- und Konzeptionierungsphase, 4.2 umsetzen, testen und verbessern, Ausrollen, Begleiten, Qualität sichern, Projektabschluss

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

SEO/SEA (9 Credit Points)

- Einführung in Suchmaschinenmarketing und -optimierung, technische Grundlagen, Keyword-Strategien
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
 - ▶ Technische Onpage-SEO
 - ▶ Inhaltsoptimierende Onpage-SEO
 - ▶ Offpage-SEO
 - ▶ Bewertung und Analyse von Backlinks
 - ▶ Wettbewerbsanalyse im SEO-Kontext
- Suchmaschinenwerbung (SEA)
 - ▶ Google Ads Kontostruktur
 - ▶ Google Ads Keyword Match Types
 - ▶ Google Ads Kampagnen
 - ▶ Google Ads Gebote
 - ▶ Google Ads Einstellungen
 - ▶ Google Ads Gestaltung & Responsive Ads
 - ▶ Google Ads Anzeigenerweiterungen
 - ▶ Google Ads Optimierungen

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)

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)

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)

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)

Wahlpflichtmodule

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 (Vertiefung, Texterstellung und Visualisierung)
 - ▶ 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)

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)

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 (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)

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 (15–20 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)

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)

Social-Media- und Medienmanagement 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)

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)