

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Freier Wahlpool					Freier Modulpool 1	Freier Modulpool 2
10					5	5
100					50	50

Rahmenstudienplan

Betriebswirtschaftslehre - Medien- und Kommunikationswirtschaft

Modulbezeichnung, ECTS-Leistungspunkte, Lehrveranstaltungen, Anzahl der Präsenzstunden

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Schlüsselqualifikationen 10	Schlüsselqualifikationen I				Schlüsselqualifikationen II	
110	5				5	
	Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens				Projektskizze zur Bachelorarbeit oder Vertiefung wissenschaftliches Arbeiten	
	20				25	
	Präsentations- und Kommunikationskompetenz oder Angewandtes Projektmanagement				Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Forschung oder Kreativitäts- und Problemlösungstechniken	
	20				25	
	Selbstmanagement oder Teamtraining/-Building					
	20					

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Praxismodule 48	Praxismodul I		Praxismodul II		Praxismodul III	
	20		20		8	

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Bachelorarbeit 12					Bachelorarbeit	
					12	

Rahmenstudienplan

Betriebswirtschaftslehre - Medien- und Kommunikationswirtschaft

Modulbezeichnung, ECTS-Leistungspunkte, Lehrveranstaltungen, Anzahl der Präsenzstunden

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studienrichtungs- kernmodule 55 610	Medien, Kommunikation und Marke 5 Einführung in die Medienwirtschaft 20 Einführung in die Kommunikations- und Werbewirtschaft 20 Identitätsorientierte Markenführung 20		Medien- und Plattform- Ökonomie 5 Ökonomie der Medien und der Werbung 30 Plattformökonomie 25	Data Science and Marketing Intelligence 5 Data Analytics 28 Marketing Intelligence and Data Visualization 27		Medienrecht und Medienpolitik 5 Medienrecht 25 Medienpolitik und Medienregulierung 25
	Online- und Social Media Marketing 5 Schlüsselkonzepte des Online- und Mobile Marketings 30 Grundlagen des Social Media Marketings 30		Medienforschung, Mediaplanung und Targeting 5 Medienforschung 28 Mediaplanung und Targeting 27	Konsumenten- verhalten und Werbe-psychologie 5 Konsumenten- verhalten 28 Werbe-psychologie 27		
		Mediengestaltung und visuelle Markenkommuni- kation 5 Grundlagen Grafikdesign und Storytelling 20 Medienproduktion in der Praxis: Vom Konzept zum fertigen Designprojekt 25 Einführung Grafikdesign- Software 15	Storytelling und Audio-/ Video- Konzeption 5 Storytelling und die Konzeption für Geschichten- getriebene Medieninhalte 20 Medienproduktion in der Praxis: Vom Konzept zum fertigen Videoprojekt 20 Einführung Videoproduktion 15	UX und Interactive Content 5 Interaktive Medien – Usability, User Experience, Interaction- und Game-Design 30 Medienproduktion in der Praxis: Konzeptentwicklung eines interaktiven Medieninhalts 25		
					Integrations- seminar zu ausgewählten Themen aus Medien, Kommunikation und Marketing 5 Integrationsseminar 50	

Rahmenstudienplan

Betriebswirtschaftslehre - Medien- und Kommunikationswirtschaft

Modulbezeichnung, ECTS-Leistungspunkte, Lehrveranstaltungen, Anzahl der Präsenzstunden

Studienrichtungswahlfächer: 2 aus 3 wählbar

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Wahlfach I: Media Business 10 100					Strategie, Verhaltens- ökonomik und Geschäftsmodelle 5 Strategie und Geschäftsmodelle 25 Verhaltensökonomik und Entscheidungs- theorie 25	Disruptive Trends 5 Trendanalyse 25 Trends und Strategie 25
Wahlfach II: Corporate Communication and Campaign Management 10 100					Integrierte Kommunikation 5 Corporate Communication und Media Relations 20 Integrierte Markenkommuni- kation 30	Kampagnen- management 5 50
Wahlfach III: Data-driven Content 10 100					Content- und Engagement- Optimierung entlang der Customer Journey 5 50	Medienkonzeption für immersive Inhalte 5 50

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
ECTS-Summen	70		70		70	
	210					

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Präsenzstunden	600		550		500	
	1650					