

Betriebswirtschaftslehre - Medien- und Kommunikationswirtschaft

Modulbezeichnung, ECTS-Leistungspunkte, Lehrveranstaltungen, Anzahl der Präsenzstunden

Studienjahr	1. Stud	lienjahr	2. Stud	dienjahr	3. Stud	ienjahr
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Betriebs- wirtschaftslehre	Einführung in die Betriebs- wirtschaftslehre	Unternehmens- rechnung	Quantitative Methoden	Personal- management und Unternehmens- organisation	Integriertes I	Management
35	5	5	5	5	Į.	5
400	Einführung in die Betriebswirtschafts- Iehre	Kosten- und Leistungsrechnung	Empirische Forschungs- methoden	Personal- management	Unternehmens- führung	Leadership
	40	30	27	33	25	25
	Marketing	Investition und Finanzierung	Data Science	Unternehmens- organisation		
	20	30	28	22		
	Finanzbuchführung und Bilanzierung					
	5					
	Finanzbuchführung	Bilanzierung 30				
		Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit 5 Management von Digitalisierung 40 Management von Nachhaltigkeit 20				

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Stud	dienjahr	3. Studienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Volks- wirtschaftslehre	Mikroökonomik		Makroökonomik			
10		5	5			
115	Einführung in die Volkswirtschafts- lehre und Grundlagen der Mikroökonomik	Fortgeschrittene Mikroökonomik	Grundlagen der Makroökonomik	Geld und Währung		
	30	30	28	27		

Studienjahr	1. Stud	lienjahr	2. Studie	enjahr	3. Stud	lienjahr
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Recht			Bürgerliches Recht			
5			5			
55			Grundlagen des Rechts, BGB Allgemeiner Teil und Schuldrecht Allgemeiner Teil Schuldrecht, Sachenrecht und Grundlagen des Prozessrechts			
			55			

Studienjahr	1. Studienjahr 1. Semester 2. Semester		2. Stud	2. Studienjahr		ienjahr
Modulbereich			3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Wirtschaftsmathe und Statistik	Wirtschaftsmather	natik und Statistik				
5		5				
60	Mathematik	Statistik				
	30	30				

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Stud	2. Studienjahr		lienjahr
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



${\bf Betriebswirtschaftslehre - Medien- und\ Kommunikationswirtschaft}$

 ${\color{blue} \textbf{Modulbezeichnung, ECTS-Leistungspunkte, Lehrveranstaltungen, } \textbf{A} \textbf{n} \textbf{z} \textbf{a} \textbf{h} \textbf{l} \ \text{der Pr\"{a}senzstunden}}$

Studienjahr	1. Stud	ienjahr	2. Stud	lienjahr	3. Stud	lienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	
Schlüssel- qualifikationen	Schlüsselqua	alifikationen I			Schlüsselqualifikationen II		
10	5		5				5
110	Grundlagen des w Arbe	vissenschaftlichen itens			00	ır Bachelorarbeit der schaftliches Arbeiten	
	20 Präsentations- und Kommunikationskompetenz oder Angewandtes Projektmanagement				2	25	
					empirischei	ie und Methoden der n Forschung <i>ler</i> olemlösungstechniken	
	Selbstma od	0 nagement <i>der</i> ng/ -Building			2	25	
	2	0					

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Stud	2. Studienjahr		lienjahr
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester 4. Semester		5. Semester	6. Semester
Praxismodule	Praxismodul I		Praxismodul II		Praxismodul III	
48	2	0	20		8	

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Stud	lienjahr	3. Studienjahr	
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Bachelorarbeit					Bachele	orarbeit
12					12	



Betriebswirtschaftslehre - Medien- und Kommunikationswirtschaft Modulbezeichnung, ECTS-Leistungspunkte, Lehrveranstaltungen, Anzahl der Präsenzstunden

Modulbereich Studienrichtungs- kernmodule	1. Semester Medien,	2. Semester	3. Semester	4 0 4		
	Medien,		o. ocilicatei	4. Semester	5. Semester	6. Semester
	Kommunikation und Marke		Medien- und Plattform- Ökonomie	Data Science and Marketing Intelligence		Medienrecht und Medienpolitik
55	5		5	5		5
610	Einführung in die Medienwirtschaft		Ökonomie der Medien und der Werbung	Data Analytics		Medienrecht
	20		30	28		25
	Einführung in die Kommunikations- und Werbewirtschaft		Plattformökonomie	Marketing Intelligence and Data Visualization		Medienpolitik und Medienregulierung
	20 Identitätsorientierte Markenführung 20		25	27		25
	Online- und Social Media Marketing		Medienforschung, Mediaplanung und Targeting	Konsumenten- verhalten und Werbepsychologie		
	5		5	5		
	Schlüsselkonzepte des Online- und Mobile Marketings		Medienforschung	Konsumenten- verhalten		
	30		28	28		
	Grundlagen des Social Media Marketings		Mediaplanung und Targeting	Werbepsychologie		
	30		27	27		
		Mediengestaltung und visuelle Markenkommuni- kation	Storytelling und Audio-/ Video- Konzeption	UX und Interactive Content		
		Grundlagen Grafikdesign und Storytelling 20 Medienproduktion in der Praxis: Vom Konzept zum fertigen Designprojekt 25 Einführung	Storytelling und die Konzeption für Geschichtengetriebene Medieninhalte 20 Medienproduktion in der Praxis: Vom Konzept zum fertigen Videoprojekt 20 Einführung	5 Interaktive Medien – Usability, User Experience, Interaction- und Game-Design 30 Medienproduktion in der Praxis: Konzeptentwicklung eines interaktiven Medieninhalts 25		
		Grafikdesign- Software 15	Videoproduktion 15			
					Integrations- seminar zu ausgewählten Themen aus Medien, Kommunikation und Marketing 5 Integrationsseminar	



Betriebswirtschaftslehre - Medien- und Kommunikationswirtschaft

 ${\color{blue} \textbf{Modulbeze} ichnung, } {\color{blue} \textbf{ECTS-Leistungspunkte}, } {\color{blue} \textbf{Lehrveranstaltungen}, } {\color{blue} \textbf{Anzahl der Pr\"{a}senzstunden}}$

Studienrichtungswahlfächer: 2 aus 3 wählbar

Studienjahr	1. Studi	ienjahr	2. Stud	lienjahr	3. Stud	ienjahr
Modulbereich	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Wahlfach I: Media Business					Strategie, Verhaltens- ökonomik und Geschäftsmodelle	Disruptive Trends
10					5	5
100					Strategie und Geschäftsmodelle	Trendanalyse
					25	25
					Verhaltensökonomik und Entscheidungs- theorie	Trends und Strateg
					25	25
Wahlfach II: Corporate Communication and Campaign					Integrierte Kommunikation	Kampagnen- management
Management					5	5
					Corporate Communication und	50
10					Media Relations	00
100					Integrierte Markenkommuni-	
					kation 30	
					Content- und	Medienkonzeptio
Wahlfach III: Data-driven					Engagement- Optimierung	für immersive Inhalte
Content					entlang der Customer Journey	
10					5	5
100					50	50

Studienjahr	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr		
Studienja		1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
ECTS-Sum	mon	70		70		70	
EC13-Summen				2	10		

Studieniahr	1. Studienjahr		2. Stud	2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Studienjam	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	
Präsenzstunden	60	00	550		500		
Frasenzstunden			1650				