

# **Modulübersicht**

des (dualen) Bachelorstudiengangs  
Online-Marketing & Marketingmanagement

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

### **Studienhefte**

Den theoretischen Rahmen des Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Du bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. 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 den Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Du je nach Aufgabenstellung alleine 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 Kommilitonen 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 Branchenexperten sowie Deinen Kommilitonen 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 Rufnummer +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

**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.

## 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)

- 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 (9 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
  - ▶ 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)

## Konsument:innenverhalten und Marktforschung (5 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), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

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

- Künstliche Intelligenz und KI-Systeme im Online-Marketing: Historische Entwicklung, Status Quo, künftige potenzielle Bedeutung
- XR-Technologien im Online-Marketing: Historische Entwicklung, Status Quo, künftige potenzielle Bedeutung
- Konzept des Metaversum als virtueller, vernetzter Raum, Gruppendynamiken in virtuellen Räumen: Historische Entwicklung, Status Quo, künftige potenzielle Bedeutung
- Zukunftstrends im Online-Marketing, Zukunftsforschung, Trendforschung

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

### **Social Media- und Influencer Marketing (9 Credit Points)**

- Historie des Social Media Marketings
- Technische Innovationen, die Social Media Marketing ermöglicht haben
- 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: Projekte, Projektmanagement, Projektcontrolling, Projektsteuerung, Agilität, Agiles Manifest, Klassisches, agiles Projektmanagement, hybrides Projektmanagement
- Methoden des agilen Projekt- und Kampagnenmanagements: Scrum, Kanban, Design Thinking
- Agile Kampagnen
- Agile Methoden im Campaigning und agile Kampagnen, Szenarien und Rahmenbedingungen für agile Methoden, Stakeholder, Fokus, Erfolgsmessung
- Fallbeispiele für agile Projekte und Kampagne

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

### Usability Management (6 Credit Points)

- Definition grundlegender Begriffe wie Usability und Usability Management, UX und UX-Design, Benutzungsschnittstellen
- Usability und User Experience: Erwartungen unterschiedlicher Zielgruppen, Touchpoints, Usability-Tests, Methoden zur Verankerung der Usability-Optimierung
- 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, 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)

- Definition von wichtigen Begriffen aus den Bereich SEO und SEA
- Überschneidungen und Unterschiede von SEO und SEA
- Technische Architektur von Suchmaschinen
- Funktion von Suchmaschinenwerbung, insbesondere Gebotsverfahren
- Bedeutung von Keyword-Strategien in SEO und SEA
- Rankingfaktoren von Suchmaschinen
- SEO: Maßnahmen im Bereich der OnPage-Optimierung
- SEO: Maßnahmen im Bereich der OffPage-Optimierung
- Guidelines und Regularien der Suchmaschinen
- Einsatz von Tools im SEO-Bereich
- SEA: Gebotsstrategien und Anzeigenoptimierung

**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:
    - 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 (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)

### **Medienkompetenz & New Media Management 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)