

1. Studienjahr

1. Semester		
Module & Inhalte	Credits	SWS
Grundlagen der Kommunikation	8	6
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Funktionen der Massenmedien ▸ Kommunikationsmodelle & Medienwirkungen ▸ Film- / Rundfunk-Workshop ▸ Gesellschaftliche Folgen massenmedialer Kommunikation 		
Grundlagen der Betriebswirtschaft	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Marketing, Personal & Organisation ▸ Funktionen des Managements ▸ Unternehmerhandeln & Unternehmensethik 		
Grundlagen der Medientechnologien	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Daten & Informationen ▸ Hardware-Technologie ▸ Struktur & Funktionsweise des Internets 		
Wissenschaftliches Arbeiten	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Hypothesen, Theorien & Methoden ▸ Recherchestrategien mit Bibliotheksexkursion ▸ Die erste wissenschaftliche Hausarbeit 		
Quantitative Methoden I	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Gleichungssysteme, Differential & Integralrechnung ▸ Finanzmathematik mit Fallsbeispielen 		
Sprachen I & II (i.d.R. Englisch)	2	2
Klassische Kommunikationsmärkte	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Mediengeschichte seit dem Buchdruck, Medienentwicklung ▸ Besonderheiten von medialen Gütern & Medienunternehmen ▸ Struktur & Entwicklungstendenzen der Kommunikationsmärkte 		
Gesamt	30	23

2. Semester		
Module & Inhalte	Credits	SWS
Grundlagen der Volkswirtschaft	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Wirtschafts-, Fiskal- und Geldpolitik ▸ Internationale wirtschaftliche Integration ▸ Globalisierung & internationaler Strukturwandel 		
Datenbanken und Content Management Systeme	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Datenbank- & Dokumentenmanagement ▸ Semantisches, Entity-Relationship & relationales Datenbankmodell ▸ Datenbankmodellierung & Abfragen 		
Kommunikationspraxis I	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Teamarbeit, Rollen- & Konfliktmanagement ▸ Aufbau interkultureller Kompetenz 		
Quantitative Methoden II	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Beschreibende & schließende Statistik ▸ Stochastik & Wahrscheinlichkeitsrechnung 		
Sprachen I & II (i.d.R. Englisch)	2	2
Digitale Kommunikationsmärkte	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Modellierung des digitalen Medienmarktes ▸ Erfolgreicher Marktgang digitaler Medienunternehmen ▸ Angebotsdynamik & Markttransparenz 		
Projektmanagement	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Grundlagen & Projektmanagementtools ▸ Einführung in Softwareanwendung ▸ Arbeit am Projekt des „Praxis-I-Moduls“ 		
Praxis I: Projektarbeit in Ressorts	4	SZ
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Ressortarbeit in gecoachten Kleingruppen ▸ Freie Themenwahl aus PR/Marketing, Medien, Qualitätssicherung, Kultur/Sport 		
Gesamt	30	23

2. Studienjahr

1. Semester		
Module & Inhalte	Credits	SWS
Kommunikationspraxis II	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Texten (Ausdruck, Textformen, Textwirkung) ▸ Adressatenorientiertes & medienpezifisches Schreiben ▸ Moderne Rhetorik (Debattierformen, Redeanalyse, etc.) 		
Qualitative Methoden I	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Interviewformen & Interviewpraxis ▸ Feldforschung & Beobachtung 		
Sprachen III & IV (i.d.R. Englisch)	2	2
Face to Face Kommunikation	8	6
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Fachliches Verständnis von Individuum & Intersubjektivität ▸ Gesellschaftswissenschaftliche Gegenwartsdiagnosen ▸ Psychologie direkter Kommunikation 		
E-Business Grundlagen	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Besonderheiten digitaler Güter ▸ E-Commerce, E-Procurement, E-Shops ▸ Contentmanagementsysteme 		
Geschäftsprozessmanagement	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Modellierung von Geschäftsprozessen ▸ Betriebswirtschaftliche Softwaresysteme 		
Online Marketing & Customer Relationship Management	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Formen des Online Marketing ▸ Aspekte der Marktforschung ▸ Strategisches CRM für die Unternehmenskommunikation 		
Gesamt	30	23
2. Semester		
Module & Inhalte	Credits	SWS
Märkte als soziale Strukturen	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Geschichte & Philosophie des Geldes ▸ Klassische & moderne Wirtschaftssoziologie ▸ Preise, Vertrauen & Konkurrenz am Markt 		
Kommunikationspraxis III	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Persönliches Verhalten & Selbstverständnis ▸ Kreativität & kreative Denkprozesse ▸ Organisationsentwicklung & Change Management 		
Qualitative Methoden II	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Diskursanalyse aktueller Ereignisse ▸ Medien & Dokumentenanalyse ▸ QDA Software 		
Sprachen III & IV (i.d.R. Englisch)	2	2
Klassische Unternehmenskommunikation	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ PR Modelle, Instrumente & Theorien ▸ Presse- & Medienarbeit, Medienkanäle ▸ Identitäts- & Krisenmanagement ▸ Strategien (Corporate Identity, etc.) 		
E-Business Fallstudien	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Analyse aktueller E-Business Fallstudien & Anwendungsszenarien ▸ Geschäftsmodelle (webbasierte Dienste, etc.) ▸ Webtechnologien (Wikis, Blogs, CMS, etc.) 		
Diversity Management	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Demographie & Migration ▸ Neue Formen der Sozialisation & Auswirkungen auf Unternehmen 		
Interne und externe Rechnungslegung	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Aufgaben betrieblichen Rechnungswesens ▸ Bilanzierung & Jahresabschluss ▸ Kennzahlen in der Unternehmenskommunikation 		
Gesamt	30	23

3. Studienjahr

1. Semester		
Module & Inhalte	Credits	SWS
Sprachen V & VI (i.d.R. Englisch)	2	B
Wissensmanagement	4	B
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Kenntnisse des Informations- & Wissensmanagements ▸ Aktuelle Anwendungssysteme großer Unternehmen ▸ Content- & Workflow Management, Groupware, CSCW 		
Entrepreneurial Profiles (Businessplan-Wettbewerb)	4	B
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Bedeutung & Module von Businessplänen ▸ Generierung eigener Produkt- & Geschäftsideen ▸ Praktische Machbarkeitsanalysen 		
Praxis II: Praktikum im Unternehmen	20	-
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Gecoachtes Betriebspraktikum im In- oder Ausland (4-6 Monate) ▸ Projektdokumentation (Arbeitsplatzbeschreibung und wissenschaftliche Hausarbeit mit Verteidigung) 		
Gesamt	30	12
2. Semester		
Module & Inhalte	Credits	SWS
Grundlagen des Medienrechts	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Informations-, Kommunikations- & Computerrecht ▸ Privates & öffentliches Wirtschaftsrecht ▸ Grundzüge des europäischen Rechts 		
Sprachen V & VI (i.d.R. Englisch)	2	B
Unternehmensführung und strategisches Management	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Strategische Führung & Human Resources ▸ Organisationsstrukturen & Organisationsentwicklung ▸ Qualitätsmanagement in der Unternehmenskommunikation 		
Digitale Unternehmenskommunikation	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Unternehmensportale & Business Collaboration ▸ Cloud Computing, Netzwerke & E-Networking ▸ Orchestrierte Kommunikation in Organisationen & Unternehmen („Das Obama-Prinzip“) 		
Entrepreneurial Profiles (Businessplan-Wettbewerb)	4	3
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Fortsetzung der Inhalte des ersten Semester ▸ Wettbewerb der Businesspläne mit Prämierung der Gewinner 		
Bachelor-Kolloquium	2	B
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Erfahrungsaustausch im Plenum ▸ Praktische Hilfestellung in der Bachelorphase 		
Bachelorarbeit	10	B
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Selbständiges Ausarbeiten einer komplexen Problemstellung aus dem Bereich Kommunikationsmanagement ▸ Mündliche Verteidigung der Bachelorarbeit 		
Gesamt	30	22
Gesamtes Bachelor-Studium	180	133

Legende:

Basis-Module	Vertiefungs-Module	Integrations-Module
--------------	--------------------	---------------------

SWS = Semesterwochenstunden

B = Blockunterricht

SZ = Sonderzeit

Stand: 01.06.2010