

Bachelor-Studienprogramm Business-Management

Studienrichtung Wirtschafts- und Werbepsychologie

Wissenschaftliches Arbeiten	
Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	1 V, 1 S
Methoden und Techniken	1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Marktforschung	
Grundlagen der Marktforschung	1 V, 1 S
Qualitative und quantitative Forschung	1 V, 1 S
Statistik und Datenanalyse	1 S
Credits: 5	Msn/90

Kampagnen-Management	
Grundlagen Campaigning	1 V, 1 S
Integrierte Kommunikation	1 V, 1 S
Cross Media	1 S
Credits: 5	Msn/PA

Agenturarbeit	
Agenturorganisation und Management	1 V, 1 S
Unternehmensberatung und Consulting	1 S
Budgetplanung	1 V
Credits: 5	Msn/90

Reflexionsmodul	
Reflektiertes interdisziplinäres Lernen	4 S
Credits: 5	M/EP *

Lehrprojekt Unternehmen	
Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching	1 Tut
Credits: 15	Msn/PA

Volkswirtschaftslehre	
Makroökonomie	1 V
Mikroökonomie	1 V, 1 S
Internationale Wirtschaftssysteme	1 S
Credits: 5	Msn/90

IT- und Datenmanagement	
Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur	1 V
Anwendungen	1 V, 1 S
Datensicherheit und Datenschutz	1 S
Credits: 5	Msn/90

Betriebswirtschaft III	
Human Resource Management	1 V, 1 S
Arbeitsrecht	2 V
Credits: 5	Msn/90

Führung und Leadership	
Führungspsychologie und -theorien	1 V
Strategische und operative Mitarbeiterführung	1 V, 1 S
Leadership als Führungskonzept	1 S
Credits: 5	Msn/90

Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle	
Innovations- und Changemanagement	2 V
Klassische und aktuelle Theorien	2 V
Anwendungsfälle und Diskurs	1 S
Globale Strategien und internationale Kulturen	1 V, 1 S
Credits: 10	Msn/90

Betriebswirtschaft I	
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1 V, 1 S
Buchführung/ Bilanzierung	2 S
Credits: 5	Msn/90

Betriebswirtschaft II	
Kosten- und Leistungsrechnung	1 V, 1 S
Geschäftsmodelle	1 V
Investition und Finanzierung	1 S
Controlling	1 S
Credits: 5	Msn/90

Grundlagen Wirtschaftspsychologie	
Allgemeine Psychologie	2 V, 2 S
Sozialpsychologie	1 V, 1 S
Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung	1 S
Credits: 10	Msn/90

Forschungsmethoden und Evaluation	
Forschungsmethoden	2 V, 2 S
Evaluation und Auswertung	2 V, 2 S
Credits: 10	Msn/PA

Gründungsmanagement	
Entrepreneurship	1 V, 1 S
Businessplan	1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Bachelorprojekt	
Bearbeitung der Abschlussarbeit (12 Wochen) Tutorium für Examenkandidaten	1 Tut
Credits: 15	Msn/BA

Marketing I	
Strategisches Marketing	2 V
Märkte & Zielgruppen	1 S
Internationales Marketing	1 S
Credits: 5	Msn/90

Marketing II	
Operatives Marketing	1 V, 1 S
Marketinginstrumente	2 S
Credits: 5	Msn/PA

Organisationspsychologie und Organisationsentwicklung	
Organisations- und Arbeitspsychologie	1 V, 1 S
Organisationsentwicklung und Change Management	1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Werbemanagement	
Werbeplanung und Werbegestaltung	1 V, 1 S
Mediaplanung und Werbekontrolle	1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/90

Wissenschaftliches Publizieren	
Wissenschaftliches Schreiben	2 S
Wissenschaftliche Recherche	2 S
Credits: 5	Msn/PA

Unternehmensführung I	
Grundlagen der Unternehmensorganisation	2 V
Strategisches Management	1 S
Operatives Management	1 S
Credits: 5	Msn/90

Unternehmensführung II	
Unternehmensethik / CSR	1 V, 1 S
Corporate Governance & Compliance	1 S
Corporate Brand Management	1 S
Credits: 5	Msn/PA

Medien- und Kommunikationspsychologie	
Medienpsychologie und Medienwirkung	1 V, 1 S
Kommunikationspsychologie	1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/90

Werbe- und Konsumentenpsychologie	
Werbe- und Konsumentenpsychologie	1 V, 1 S
Kommunikationspolitik	1 V
Konsumentenpsychologie	1 V
Neuropsychologie und -marketing	1 S
Credits: 5	Msn/PA

Kommunikationsmanagement	
Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement	2 V, 1 S
Kommunikationsinstrumente und -konzeption	2 V, 1 S
Credits: 5	Msn/90

Projektmanagement	
Projektplanung	1 V
Projektorganisation	1 S
Prozesse und Ressourcenmanagement	1 V, 1 S
Credits: 5	Msn/PA

Recht	
Rechtsordnung	1 V
Grundlagen Bürgerliches Recht	1 V
Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht	1 S
Markenrecht	1 S
Credits: 5	Msn/90

Die Darstellung enthält eine Übersicht über alle Module des Studiengangs.

Die blau dargestellten Module gelten für alle Studienrichtungen.

In den orange gekennzeichneten Feldern sind die Module der einzelnen Studienrichtungen dargestellt.

Diese Modulübersicht stellt nicht den verbindlichen Studienablauf dar! Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sind entsprechend den Vorgaben des Modulhandbuchs möglich.

Die Standardgröße der Module beträgt 5 Credits bzw. ein Vielfaches davon. Ein Credit beschreibt einen Workload von 30 Stunden.

* zugleich Einstufungsprüfung nach Prüfungsordnung