



# Bachelor Media and Marketing Management (B.A.)

VOLLZEIT

Modulbezeichnung	SWS						Summen	
	Semester						Kontaktzeit	CP
	1	2	3	4	5	6	SWS	
<b>Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften</b>							<b>4</b>	<b>6</b>
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	2							
Grundlagen der VWL	2							
<b>Mediengrundlagen und -gestaltung</b>							<b>6</b>	<b>9</b>
Medientheorie und-geschichte	2							
Medien- und Kommunikationsdesign	2							
Medientechnik und -produktion	2							
<b>Studium Generale</b>							<b>6</b>	<b>9</b>
Wissenschaftliches Arbeiten	2							
Rhetorik / Verhandlungsführung	2							
Projektmanagement	2							
<b>Analyse- und Planungsmethoden</b>							<b>8</b>	<b>10</b>
Operations Research	4							
Statistische Methoden / SPSS		4						
<b>Betriebliche Funktionen</b>							<b>4</b>	<b>6</b>
Personalwirtschaft		2						
Investition und Finanzierung		2						
<b>Medienökonomie und -management</b>							<b>6</b>	<b>9</b>
Medien- und Kommunikationsmanagement		2						
Medienökonomie		4						



# Bachelor Media and Marketing Management (B.A.)

VOLLZEIT

Modulbezeichnung	SWS						Summen	
	Semester						Kontaktzeit	CP
	1	2	3	4	5	6	SWS	
<b>Medienpraxis</b>							<b>4</b>	<b>6</b>
Print- und Web-Produktion		2						
Audio- und Video-Produktion		2						
<b>Rechnungswesen</b>							<b>6</b>	<b>8</b>
Buchführung, Jahresabschlussanalyse, Kosten- und Leistungsrechnung		4						
Bilanzierung und Bewertung			2					
<b>Controlling</b>							<b>6</b>	<b>9</b>
Kosten- und Prozessmanagement			2					
Unternehmensplanung, -kontrolle und -organisation			4					
<b>Recht</b>							<b>6</b>	<b>9</b>
Zivilrecht			2					
Handels- und Gesellschaftsrecht				2				
Arbeits- und Sozialrecht				2				
<b>Wissenschaftliche Medienprojektearbeiten</b>							<b>8</b>	<b>12</b>
Wissenschaftliche Projektarbeit I			4					
Wissenschaftliche Projektarbeit II				4				
<b>Sprachen</b>							<b>4</b>	<b>6</b>
Business English I			2					
Business English II				2				
<b>Marketing I</b>							<b>4</b>	<b>6</b>
Grundlagen des Marketing			2					
Online- & Social Media Marketing			2					
<b>Marketing II</b>							<b>4</b>	<b>6</b>
Internet, E- und M-Commerce				2				
Interactive Media				2				

Generell entspricht 1 CP einem Zeitäquivalent von 25 Stunden. Die Aufteilung in Kontakt- und Selbstlernzeit ist der jeweiligen Modulbeschreibung zu entnehmen.



# Bachelor Media and Marketing Management (B.A.)

VOLLZEIT

Modulbezeichnung	SWS						Summen	
	Semester						Kontaktzeit	CP
	1	2	3	4	5	6	SWS	
<b>Mediennutzung und -wirkung</b>							<b>6</b>	<b>9</b>
Journalismus / Publizistik				2				
Mediaplanung				4				
<b>Medien- und Urheberrecht</b>					4		<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Medienmärkte</b>							<b>4</b>	<b>8</b>
Wirtschafts- und Marktpsychologie					2			
Entwicklungen auf den Medienmärkten					2			
<b>Medienforschung und Analyse</b>							<b>6</b>	<b>10</b>
Markt- und Medienforschung					4			
Online Analytics					2			
<b>Unternehmensentwicklung</b>							<b>4</b>	<b>6</b>
Strategisches Management						2		
Gründungsmanagement						2		
<b>Schwerpunkt: Fachgebiet I</b>							<b>6</b>	<b>9</b>
Schwerpunktfach 1					2			
Schwerpunktfach 2					2			
Schwerpunktfach 3					2			
<b>Schwerpunkt: Fachgebiet II</b>							<b>6</b>	<b>9</b>
Schwerpunktfach 1						2		
Schwerpunktfach 2						2		
Schwerpunktfach 3						2		
<b>Bachelor Thesis und Disputatio</b>						0	<b>0</b>	<b>12</b>
<b>Summen</b>	<b>20</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>112</b>	<b>180</b>



# Bachelor Media and Marketing Management (B.A.)

## BERUFSBEGLEITEND

Modulbezeichnung	SWS							Summen	
	Semester							Kontaktzeit	CP
	1	2	3	4	5	6	7	SWS	
<b>Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften</b>								<b>4</b>	<b>6</b>
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	2								
Grundlagen der VWL	2								
<b>Mediengrundlagen und -gestaltung</b>								<b>6</b>	<b>9</b>
Medientheorie und-geschichte	2								
Medien- und Kommunikationsdesign	2								
Medientechnik und -produktion	2								
<b>Analyse- und Planungsmethoden</b>								<b>8</b>	<b>12</b>
Operations Research	4								
Statistische Methoden / SPSS		4							
<b>Studium Generale II</b>								<b>4</b>	<b>13</b>
Wissenschaftliches Arbeiten	2								
Projektmanagement		2							
<b>Rechnungswesen</b>								<b>6</b>	<b>8</b>
Buchführung, Jahresabschlussanalyse, Kosten- und Leistungsrechnung		4							
Bilanzierung und Bewertung			2						
<b>Medienökonomie und -management</b>								<b>6</b>	<b>9</b>
Medienökonomie		4							
Medien- und Kommunikationsmanagement			2						
<b>Marketing Grundlagen, Markt- und Medienforschung</b>								<b>2</b>	<b>11</b>
<b>Betriebliche Funktionen</b>								<b>6</b>	<b>9</b>
Personalwirtschaft			2						
Investition u. Finanzierung			2						
Kosten- und Prozessmanagement			2						
<b>Studium Generale II</b>								<b>4</b>	<b>6</b>
Business Englisch			2						
Rhetorik / Verhandlungsführung				2					

Generell entspricht 1 CP einem Zeitäquivalent von 25 Stunden. Die Aufteilung in Kontakt- und Selbstlernzeit ist der jeweiligen Modulbeschreibung zu entnehmen.



# Bachelor Media and Marketing Management (B.A.)

BERUFSBEGLEITEND

Modulbezeichnung	SWS							Summen	
	Semester							Kontaktzeit	CP
	1	2	3	4	5	6	7	SWS	
<b>Recht</b>								<b>4</b>	<b>6</b>
Zivilrecht				2					
Handels- u. Gesellschaftsrecht, Arbeits- u. Sozialrecht				2					
<b>Unternehmensplanung, -kontrolle und -organisation</b>				<b>2</b>				<b>2</b>	<b>8</b>
<b>Wissenschaftliche Medienprojektarbeit</b>				<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Mediennutzung und -wirkung</b>								<b>6</b>	<b>9</b>
Media-Planung				4					
Journalismus / Publizistik					2				
<b>Medien- und Urheberrecht</b>					<b>4</b>			<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Digital Marketing</b>								<b>6</b>	<b>9</b>
Online Marketing					2				
Internet, E- und M-Commerce					2				
Interactive- und Social Media					2				
<b>Unternehmensentwicklung</b>								<b>4</b>	<b>11</b>
Strategisches Management					2				
Gründungsmanagement						2			



# Bachelor Media and Marketing Management (B.A.)

BERUFSBEGLEITEND

Modulbezeichnung	SWS							Summen	
	Semester							Kontaktzeit	CP
	1	2	3	4	5	6	7	SWS	
<b>Medienmärkte</b>								<b>6</b>	<b>12</b>
Wirtschafts- und Medienpsychologie						2			
Entwicklungen auf den Medienmärkten						2			
Online Analytics						2			
<b>Schwerpunkt: Fachgebiet I:</b>								<b>6</b>	<b>9</b>
						2			
						2			
						2			
<b>Schwerpunkt: Fachgebiet II</b>								<b>6</b>	<b>9</b>
							2		
							2		
							2		
<b>Bachelor Thesis und Disputatio</b>								<b>0</b>	<b>12</b>
<b>Summen</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>94</b>	<b>180</b>