

5. Studienverlaufsplan Fachübergreifende Module und Marketing

Modulgruppe	Modul	Teilmodule	Präsenzstunden (ECTS-Punkte) je Semester									
			1	2	3	4	5	6	Gesamt	(Gesamt)		
Fachübergreifende Module	Grundlagen der BWL und des Dienstleistungsmanagements	Grundlagen der BWL und des Dienstleistungsmanagements	50	(5)								
		50 (5)										
	Betriebliches Rechnungswesen	Kosten- und Leistungsrechnung		30	(3)							
		Finanzbuchhaltung		20	(2)	10	(1)					
	60 (6)											
	Unternehmensführung	Grundlagen des Marketing	20	(2)								
		Investition und Finanzierung		30	(3)							
	50 (5)											
	Unternehmensrechnung	Bilanzierung			30	(3)						
		Unternehmensbesteuerung			10	(1)						
		International Accounting			20	(2)						
	60 (6)											
	International Management	International Business and International Marketing				30	(3)					
		Intercultural Management				20	(2)					
50 (5)												
Organisation und Kontrolle	Qualitätsmanagement				10	(1)						
	Personalmanagement				20	(2)						
	Controlling				20	(2)						
50 (5)												
Entrepreneurship & Unternehmertum	Consulting und Start-Up-Management					20	(2)					
	Projektmanagement					20	(2)					
	Strategisches Management					20	(2)					
	Corporate Governance							10	(1)			
70 (7)												
Zwischensumme									390	(39)		

Modulgruppe	Modul	Teilmodule	Präsenzstunden (ECTS-Punkte) je Semester							Gesamt	(Gesamt)	
			1	2	3	4	5	6				
Fachübergreifende Module	Wirtschaftsmathematik und Statistik	Wirtschaftsmathematik	30 (3)									
		Statistik	30 (3)									
	60 (6)											
	Volkswirtschaftslehre	Grundlagen der VWL	10 (1)									
		Mikroökonomik		20 (2)								
		Makroökonomik		20 (2)								
	50 (5)											
	Recht für Wirtschaftswissenschaftler	Grundlagen BGB	30 (3)									
		Einführung in das Handels- und Gesellschaftsrecht sowie Arbeitsrecht		40 (4)								
	70 (7)											
	Wissenschaftliches Arbeiten und Informationstechnologie	Einführung in wissenschaftliches Arbeiten und Wissenschaftstheorie		20 (2)								
		Grundlagen der Informationstechnologie			20 (2)							
Kommunikation und Netze				10 (1)								
50 (5)												
Wirtschafts- und Währungspolitik	Wirtschaftspolitik				10 (1)	20 (2)						
	Geld und Währung					20 (2)						
50 (5)												
Sozial- und Methodenkompetenzen	Persönlichkeitstraining					10 (1)						
	Karriereplanung					10 (1)						
	Verkaufstraining und Kundenorientierung						20 (2)					
	Konfliktmanagement						10 (1)					
50 (5)												
Wirtschaftssprachen*	*Business English und eine zweite Sprache nach Wahl; da der Anteil des Sprachtrainings (und damit der reinen Übung statt der Wissensvermittlung) bei den Fremdsprachen sehr hoch ist, wird hier je 12 Präsenzstunden nur ein halber ECTS-Punkt erworben.	Sprachen 1	20 (1)	20 (1)	20 (1)	20 (1)	20 (1)	20 (1)				
		Sprachen 2	20 (1)	20 (1)	20 (1)	20 (1)	20 (1)	20 (1)				
240 (12)												
Zwischensumme										570 (45)		

Modulgruppe	Modul	Teilmodule	Präsenzstunden (ECTS-Punkte) je Semester								
			1	2	3	4	5	6	Gesamt	(Gesamt)	
Marketing	Introduction to Marketing	Principles of Marketing	30	(3)							
		Principles in Design and Layout	20	(2)							
	50 (5)										
	Marketing Analysis	Services Marketing		20	(2)						
		Marketing Research			40	(4)					
		Consumer Organisational Behaviour			30	(3)					
	90 (9)										
	Relationship Marketing	Supply Chain Management			10	(1)					
		Customer Relationship Management			20	(2)					
		B2B Marketing			20	(2)					
	50 (5)										
	Promotional Strategy	Marketing Communications				30	(3)				
		Personal Selling				20	(2)				
		Brand Management				20	(2)				
70 (7)											
Marketing in a Digital Age	Digital Marketing					20	(2)				
	Social Media Marketing					30	(3)				
50 (5)											
Strategic Marketing	Issues and Trends					20	(2)				
	Strategic Marketing Management					20	(2)				
	Marketing Case							30	(3)		
70 (7)											
									380	(38)	

Modulgruppe	Modul	(ECTS-Punkte) je Semester							(Gesamt)
		1	2	3	4	5	6		
Praxistransfer	Unternehmensphase mit zu erbringenden Tätigkeitsnachweisen	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)		(36)
	Studienjahresarbeit I		4 (2)						(2)
	Studienjahresarbeit II				4 (4)				(4)
	mündliche Prüfung						4 (3)		(3)
									(45)
Expertenforum	Teilnahme an Fachvorträgen während des Studiums								(1)
Wissenschaftliche Abschlussarbeit	Bachelor-Arbeit						8 (12)		(12)

Workload und ECTS-Erwerb							(ECTS-Punkte) je Semester	
	1	2	3	4	5	6		
ECTS durch Präsenzlehre:	(24)	(22)	(24)	(20)	(23)	(9)		
ECTS durch Studienleistungen:	(6)	(8)	(6)	(10)	(6)	(21)		
ECTS-Punkte Gesamt (je Semester):	(30)	(30)	(30)	(30)	(29)	(30)		
ECTS pro Jahr:	(60)		(60)		(59)			

ECTS je Fachbereich		
<i>Fachübergreifende Module</i>		(84)
<i>Marketing</i>		(38)
<i>Praxistransfer</i>		(45)
<i>Expertenforum</i>		(1)
<i>Wissenschaftliche Abschlussarbeit</i>		(12)
ECTS insgesamt		(180)