

BA Marketingkommunikation Modulplan

1. Jahr

1. Semester 20 Wochen

Einführung in die Marketing-Kommunikation	Modul 1
Einführung in das Arbeitsgebiet: Branche, Arbeitsabläufe, Berufsbilder, Arbeitsmittel, Medien Zusammenhänge: Unternehmensbereiche, Marketing-instrumente, Kommunikationsinstrumente, Fachbegriffe	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Kommunikationswissenschaften I	Modul 2
Kommunikationstheorie: Begriffe, Prozesse, Modelle, Informationsverarbeitung, Verständlichkeit, Kommunikationssoziologie/Politologie/Massenmedien: Mediensysteme, -wirkungen, politische Kommunikation	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Arbeitsmethoden	Modul 3
Kommunikationstraining; Präsentationstraining: Whiteboard, OH, Pinnwand, Beamer; Windows, Word, Excel Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Zeitmanagement / Arbeitstechniken; Kreativitätstechniken	72 KST 180 St. WL 6 Credits
Kommunikationsinstrumente I: Klassische Kommunikationsinstrumente	Modul 4
Werbung, Werbemittel und Werbeträger: Zielgruppen, Kosten, Timing, Werbekonzepte Public Relations: Produkt-PR, Non-Profit-PR, Issues-Management, Public Affairs, Krisen-PR, Personality-PR, Special-Interest-PR, Spezielle Formen der PR, VKF / Promotions: Verkaufspromotions, Händlerpromotions, Verbraucherpromotions, VKF-Konzepte	72 KST 180 St. WL 6 Credits
Kommunikationskonzept / Kommunikationsstrategie I Theorie und Praxistransfer	Modul 5
Kommunikationskonzept: Vom Briefing zur Realisation Forschung, Planung Gestalterische Umsetzung Wirkungskontrolle Praxisprojekt: Kommunikationskonzept für ein Low-Interest-Produkt Schriftliches Konzept und Präsentation	54 KST 180 St. WL 6 Credits
Wirtschaftswissenschaften / Marketing I	Modul 6
VWL: Grundbegriffe, Märkte und Preisbildung, Geld und Kredit, Außenwirtschaft, Wirtschaftspolitik BWL: Rahmenbedingungen, Unternehmensinstrumente, Organisation und Unternehmensführung Marketing-Grundlagen: Einführung, Spezielles Marketing, Marketingkonzepte, Käuferverhalten, Kaufentscheidungen Rechtliche Rahmenbedingungen	72 KST 180 St. WL 6 Credits

30 Credits
30 Credits

2. Semester 20 Wochen

Kommunikationswissenschaften II	Modul 7
Grundlagen der Werbepsychologie und Konsumentenpsychologie Grundlagen der Medienwirkungsforschung / Werbewirkungsforschung und Trendforschung	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Kommunikationswissenschaften III	Modul 8
Umgang mit Sekundäranalysen: Markt-Media-Studien, Online-Zählungstools Qualitative Marktforschung: Experteninterviews, Tiefeninterviews, Focus-Gruppen usw.	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Angewandte Marketing-Kommunikation I: Verbale Kommunikation	Modul 9
Grundlagen der verbalen Kommunikation (Textformen): Textsorten, Textanalyse, Textproduktion, Briefing, Ideenfindung und Strategie für Texter Werbetexte: Text-Bild-Beziehungen, Das kreative Prinzip der Abweichung, Textelemente (Headline, Claim, Copy) PR-Texte: Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Fachbeiträge Konzeptionen schreiben	72 KST 180 St. WL 6 Credits
Kommunikationswissenschaften IV: Praxistransfer	Modul 10
Quantitative Marktforschung: Methoden, Fragebogenkonstruktion Darstellung von Daten und Einbindung in das Werbekonzept SPSS: Codierbogen, Eingabemaske, Datenerfassung Datenauswertung Praxisprojekt: Konzeption, Durchführung und Auswertung einer Umfrage	72 KST 180 St. WL 6 Credits
Angewandte Marketing-Kommunikation II: Visuelle Kommunikation	Modul 11
Einführung in die visuelle Kommunikation Typografie und Layout Visuelle Kommunikation in der Werbung Fotografie; Photoshop; Druck und Papier	90 KST 180 St. WL 6 Credits
Kommunikationskonzept / Kommunikationsstrategie II Praxistransfer	Modul 12
Entwicklung strategischer Optionen für verschiedene kommunikative Problemstellungen	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Business-Präsentationen	Modul 13
Erstellung von PowerPoint-Präsentationen Vorbereitung und Durchführung von Business-Präsentationen und Verhandlungen in deutscher und englischer Sprache	36 KST 90 St. WL 3 Credits

30 Credits
60 Credits

2. Jahr

3. Semester

20 Wochen

Wirtschaftswissenschaften / Marketing II	Modul 14	
Aktionsaspekt des Marketing: Marketinginstrumente Marketingstrategien, Produktpolitik, Kontrahierungs- politik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik Betriebswirtschaftliche Werbe- und Kommunikationswirtschaft / BWL Vertiefung: Unternehmensführung und -politik, Organisations- management, Personalmanagement, Finanzmanagement Best Practice		72 KST 180 St. WL 6 Credits
Kommunikationsinstrumente III: Innovative Kommunikationsinstrumente	Modul 15	
Sponsoring, Corporate Social Behaviour, Corporate Citizenship Direktmarketing Eventmarketing Messen und Ausstellungen Aktuelle Trends in der innovativen Kommunikation: Permission Marketing, Guerilla Marketing, Buzz Marketing, Mobile Marketing, Viral Marketing etc.		72 KST 180 St. WL 6 Credits
Management	Modul 16	
Agenturmanagement: Organisation, Arbeitsweise und Struktur von Agenturen, Kostenmanagement, Agenturvertrag Organisationsaspekte des Marketing: Marketingmanagement, Marketingplanung, Marketingstrategien, -organisation, -kontrolle Projektmanagement Wissensmanagement		72 KST 180 St. WL 6 Credits
Kommunikationskonzept / Kommunikationsstrategie III: Theorie und Praxistransfer	Modul 17	
Planung von Kommunikationskampagnen: Arbeitsschritte bei der Planung komplexer Kampagnen Produktpositionierung und Marktsegmentierung: Entwicklung von Positionierungen, Positionierungs- strategien, Methoden der Marktsegmentierung, Beschreibung von Marktsegmenten, Typologien Mediastrategie und Mediaplanung / Cross Media Strategie: Einsatzgebiete verschiedener Medienstrategien, Intermediavergleich, Medienstreuplan und Mediakostenplan, onlinegestützte Mediaplanung Timing und Budgetierung Budgetpläne, Angebotserstellung, Budgetüberwachung, Erstellung von Zeitplänen Praxistransfer: Kommunikation und Umsetzung einer Kommunikationskampagne für ein ausgewähltes Low-Interest-Produkt: Forschung, Planung, Gestaltung, Wirkungskontrolle Erstellung eines schriftlichen Konzepts, Abschlusspräsentation, Prüfungsgespräch		126 KST 360 St. WL 12 Credits

30 Credits
90 Credits

4. Semester

20 Wochen

Praxisphase	Modul 18	
Interdisziplinäre Vertiefung: Zwanzigwöchige Praxisphase in einer Agentur, einer Unternehmensberatung, in den Medien oder in der Werbe- oder Marketingabteilung eines Unternehmens. Die Praxisphase kann in einem oder zwei Unternehmen stattfinden. Die Praxisphase kann auch im Ausland stattfinden. Erstellung von Werbe- und / oder Kommunikations- konzepten bzw. Teilen dieser Konzepte Praktisches Arbeiten in Teilbereichen der Forschung, Planung und / oder Gestaltung / Umsetzung von Marketing-Konzepten Aufgaben des operativen Geschäfts / Tagesgeschäfts des Unternehmens, der Agentur, der Abteilung Herstellung und Pflege von Kundenkontakten Selbständige Projektbearbeitung Teamwork		10 KST 900 St. WL 30 Credits

30 Credits
120 Credits

3. Jahr

5. Semester

20 Wochen

Spezielle Bereiche des Marketing	Modul 19
Dienstleistungsmarketing: Besonderheiten von Dienstleistungen, erweiterter Marketing-Mix, Differenzierungsgrad, Management, CRM Medienmarketing: Einheit von Produkt und Werbemedium, zwei Zielgruppen, neue Geschäftsmodelle Global Marketing, Internationale Wirtschaftskommunikation: Entscheidungen im globalen Marketing, Markteintritt, Formen des Auslandssegments Soziomarketing	72 KST 180 St. WL 6 Credits
Angewandte Marketing-Kommunikation III: Audiovisuelle Kommunikation	Modul 20
Einführung: Dramaturgie, Gestaltungsmuster und -elemente, Timing und Kosten Musik in der Marketing-Kommunikation; Hörfunkwerbung Digitale Medien Konzeption und Umsetzung eines Werbefilms	72 KST 180 St. WL 6 Credits
Online-Marketing	Modul 21
Online-Marketing: Konsumentenverhalten im Internet, E-Commerce Modelle, Online-Werbeformen, Strategien, Werbeplanung, Budgetierung u. Erfolgskontrolle für Online-Kommunikation	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Konzeption und Gestaltung von digitalen Medien	Modul 22
Dateiformate und Medientechnologie Multimediale Kommunikationsstrategien	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Innovative Kommunikationsinstrumente II: Praxistransfer Eventmarketing	Modul 23
Konzeption, Organisation, Durchführung und Nachbereitung eines Events	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Unternehmenskommunikation / Integrierte Kommunikation	Modul 24
Grundlagen der Unternehmenskommunikation: Unternehmensorganisation und -kultur Corporate Identity Stakeholder Management, Investor Relations, Interne Anspruchsgruppen, Public Affairs, Media Relations, Fallstudien, Planspiel Integrierte Kommunikation: Planungskonzepte, organisatorische und personelle Gestaltung der integrierten Kommunikation	72 KST 180 St. WL 6 Credits
Strategische Planung	Modul 25
Strategie im Kommunikationsmanagement Strategisches Management Anwendungsbereiche des strategischen Managements Dynamische Wettbewerbsstrategien	36 KST 90 St. WL 3 Credits

30 Credits
150 Credits

6. Semester

20 Wochen

Business to Business Marketing und Kommunikation	Modul 26
B-to-B-Marketing: Rahmenbedingungen, institutionelle Kaufmotive, Buying Center, Segmentierungskriterien und Segmentierungsebenen, Kommunikationsstrategien und Kommunikationsmix im B-to-B-Sektor, Best Practice Akquise und Agenturpräsentation: Agentur-Positionierung, Agentur-Philosophie Agentur-Kunden-Beziehung Budgetierung und Angebotserstellung: Vertrags- und Abrechnungsmodelle, Kosten- und Preisstrukturen in der Kommunikationswirtschaft	72 KST 180 St. WL 6 Credits
Markenführung I	Modul 27
Grundlagen: Eigenschaften, Formen und Funktionen der Marke, Perspektiven von Hersteller, Handel, Verbraucher Theorie der Markenführung Markenmanagement / Corporate Branding	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Markenführung II	Modul 28
Internationale Markenführung Markenbewertung und Controlling Naming: Bewertung und Entwicklung von Markennamen	36 KST 90 St. WL 3 Credits
Handlungskompetenzen	Modul 29
Medientraining Bewerbungsstrategien Bewerbungstraining in englischer Sprache Arbeitsrecht: Arbeitsverhältnis, Arbeitsvertrag Leistungsstörungen, Arbeitsschutzrecht, Arbeitszeugnis Existenzgründung: Unternehmensgründung, Business Plan, Rechtsformen, Finanzierung, Kostenrechnung, Mitarbeiter	90 KST 180 St. WL 6 Credits
Bachelorprüfung	Modul 30
Eigenständige Bearbeitung einer komplexen Aufgabenstellung aus dem Bereich Marketing-Kommunikation Schriftlicher Teil: Erarbeitung eines zielgerichteten Kommunikationskonzepts auf der Grundlage relevanter wissenschaftlicher und theoretischer Erkenntnisse und Umsetzung ausgewählter Maßnahmen Mündlicher Teil: 30minütige Präsentation 30minütiges Prüfungsgespräch Kolloquium Einzelberatungen	44 KST 360 St. WL 12 Credits

30 Credits
180 Credits