

Studienverlaufsplan für Social Media Management in Vollzeit (6 Semester)

Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester					
	1	2	3	4	5	6
Themengebiet: Einführung zum selbstorganisierten Lernen *						
Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen						
Themengebiet: Wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen						
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5					
Digitales Marketing und Geschäftsmodelle		5				
Agiles Projektmanagement		5				
Unternehmensplanspiel					5	
Innovationsmanagement und Entrepreneurship						5
Themengebiet: Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsmethoden						
Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Forschungsmethoden	8					
Themengebiet: Rechtliche Kompetenzen						
Rechtliche Aspekte des Social-Media-Managements		5				
Themengebiet: Wirtschaftsenglisch und interkulturelle Kompetenzen						
Business English and Intercultural Communication				5		
Themengebiet: Social-Media-Management						
Grundlagen des Social-Media-Managements	5					
Social-Media-Kampagnen		7				
Brand- und Customer-Relationship-Management			5			
Corporate Social Responsibility in Social-Media-Management						5
Themengebiet: Content-Management						
Journalistische Grundlagen	5					
Content-Produktion und -Management			5			
Kommunikationspsychologie			5			
Themengebiet: Lifestyle-Management						
Lifestyle-Management		5				
Aktuelle Trends im Lifestyle-Sektor			5			
Themengebiet: Influencer- und Social-Media-Marketing						
Influencer Marketing			5			
Influencer-Relations und Kooperationen			5			
Social-Media-Marketing und -Advertising					5	
Tools & Technology						
Medienproduktion I – Video-, Bild- und Tontechnik	5					
Medienproduktion II – Audio- und Videoproduktion		5				
Einsatzmöglichkeiten von KI und technischen Innovationen				5		
Mobile-Marketing und Location-Based Services				5		
Themengebiet: Wahlpflichtbereich						
Schwerpunkt I				15		
Schwerpunkt II					15	
Themengebiet: Praxiskompetenzen						
Case Study					5	
Praxisprojekt						8
Themengebiet: Bachelorprüfung						
Bachelorarbeit						12
Summe ECTS-Punkte je Semester	28	32	30	30	30	30
Summe ECTS-Punkte gesamt	180					

* Das Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen ist ein optionales, außercurriculares Modul, das sich vor Beginn des Vorlesungszeitraums an Studienanfängerinnen und -anfänger richtet und Kenntnisse über die im Studium zu verwendenden Online-Systeme sowie Methoden zur Selbstorganisation vermittelt.

Schwerpunkte des Studiengangs Social-Media-Managements

Diese können als 1. und 2. Schwerpunkt gewählt werden:

Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester					
	1	2	3	4	5	6
Fitness, Health & Food						
Fitness & Training					5	
Ernährung & Wohlbefinden					5	
Achtsamkeit & Mental Health					5	
Fashion, Living & Trends						
Sustainable Fashion & Living					5	
Online Shops					5	
Luxury- & Lifestyle-Marketing					5	
Travel, Tourism & Events						
Travel Tools & Technology					5	
Sustainable Tourism					5	
Eventmanagement & -marketing					5	

Möglicher 2. Schwerpunkt aus dem Studiengang Wirtschaftspsychologie

Der zweite Schwerpunkt kann alternativ aus den folgenden Möglichkeiten gewählt werden:

Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester					
	1	2	3	4	5	6
Personalpsychologie						
Personalmarketing und Recruiting					5	
Personaldiagnostik					5	
Personalentwicklung und Personalbeurteilung					5	
Psychologie des Wandels und der digitalen Transformation						
Psychologie der Arbeit und neuer Arbeitsformen					5	
Digitale Führung und Management					5	
Verhaltensveränderung und Nachhaltigkeit in der digitalen Transformation					5	
Markt-, Werbe- und Medienpsychologie						
Markt- und Werbepsychologie					5	
Medienpsychologie					5	
Methoden der psychologischen Marktforschung					5	

Möglicher 2. Schwerpunkt aus dem Studiengang Internationale Betriebswirtschaftslehre

Der zweite Schwerpunkt kann alternativ aus den folgenden Möglichkeiten gewählt werden:

Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester					
	1	2	3	4	5	6
Internationales Marketingmanagement						
Strategische Planung im internationalen Marketingmanagement					5	
Instrumente des internationalen Marketingmanagements					5	
Forschung, Analyse und Controlling im internationalen Marketingmanagement					5	
International Management						
Intercultural Psychology					5	
International Corporate Strategy					5	
International Economic Relations					5	
Nachhaltiges Management						
Internationales Management von Non-Profit-Organisationen					5	
Nachhaltige Geschäftsprozesse, Organisation und Berichterstattung					5	
Nachhaltige digitale Zukunft von Arbeit und Leben					5	