

Der Studiengang wurde von der ZEvA reakkreditiert. Aktuell liegt die Studien- und Prüfungsordnung mit Bitte um Einvernehmen beim Bayerischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst (Stand: 14.06.2018).

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																		
Modul/Lerneinheit	1. Semester								2. Semester								Prüfung	empfohlene Lage des Moduls beim Studium in Teilzeit (Semester)*
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W					
B-SQ-ALL-LPC Language Proficiency and Cultural Sensitivity <sup>E 1</sup>	4	2		2		60	90	5									/	1
B-SQ-ALL-WAR Wissenschaftliches Arbeiten <sup>2</sup>	3	1		2		45	105	5									PA	1
B-STG-ALL-BWL Grundlagen BWL <sup>0 3</sup>	4	2		2		60	90	5									K	1
B-STG-ALL-BGB Buchführung und Grundlagen der Bilanzierung <sup>0 4</sup>	4	2		2		60	90	5									K	1
B-STG-ALL-PTM Print Medien <sup>T 5</sup>	2				2	60	90	5									PA	3
B-STG-ALL-AVM Audiovisuelle Medien <sup>T 6</sup>	2				2	60	90	5									PA	3
B-STG-ALL-GLR Grundlagen Recht <sup>0 7</sup>									4	2		2		60	90	5	K	2
B-STG-ALL-EFS Empirische Forschung und Statistik <sup># 0 8</sup>									4	2		2		60	90	5	K	2
B-STG-ALL-MKZ Managementkonzepte <sup>0 9</sup>									2		2			30	120	5	m	2
B-STG-ALL-MMP Medienökonomie und Medienpolitik <sup>0 10</sup>									3	2	1			45	105	5	m	4
B-STG-ALL-OLM Online Medien <sup>0 11</sup>									4			4		60	90	5	PA	4
Wahlpflichtmodulkomplexe (1 aus 9) <sup>~</sup>									3					45	105	5		2
Medien- und Kommunikationsmanagement (gen.)									3	2	1			45	105	5		
Entertainmentmanagement									3	2	1			45	105	5		
Markenkommunikation und Werbung									3	2	1			45	105	5		
Medien- und Werbepsychologie									3	2	1			45	105	5		
Musikmanagement									3	2	1			45	105	5		
PR und Kommunikationsmanagement									3	2	1			45	105	5		
Sportmanagement									3	2	1			45	105	5		
Eventmanagement									3	2	1			45	90	5		
Tourismusmarketing und PR									3	2	1			45	90	5		
<b>Gesamt</b>	<b>19</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>345</b>	<b>555</b>	<b>30</b>	<b>20</b>					<b>300</b>	<b>600</b>	<b>30</b>		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit  
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt  
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden), T Technischer Support, E Englische Unterrichtssprache, O Online-Variante möglich,  
^ Praxisbericht (nicht benotet) \* bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%) \*Module/Veranstaltungen können in anderen Semestern angeboten werden, ~ SWS können abweichen,  
# Spezielle Voraussetzungen gemäß § 4 Absatz 5 SPO

<sup>1-11</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>FF, DS, JO, MN; <sup>2</sup>FF, DS, JO, MN; <sup>3</sup>JO, MN; <sup>4</sup>MN; <sup>5</sup>DS, JO; <sup>6</sup>FF, DS, JO; <sup>7</sup>JO, MN; <sup>8</sup>JO, MN; <sup>9</sup>MN; <sup>10</sup>JO; <sup>11</sup>JO

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																		
Modul/Lerneinheit	3. Semester (Pflichtauslandssemester)*								4. Semester*						Prüfung	empfohlene Lage des Moduls beim Studium in Teilzeit (Semester)*		
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS			SSZ	ECTS
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W					
B-SQ-ALL-IKK Intercultural Communication <sup>E O 1</sup>	3	2		1		45	105	5									PA	5
B-SQ-ALL-PMM Project Management <sup>E O 2</sup>	2	1	1			45	105	5									K	5
B-STG-ALL-BSP Business Planning <sup>E O 3</sup>	4	2		2		60	90	5									PA	5
B-STG-ALL-MRK Marketing <sup>E O 4</sup>	3	2	1			45	105	5									K	7
B-MM-ALL-IDP Interdisciplinary Project <sup>E O</sup>	5				5	75	225	10									PA	2
B-STG-ALL-MKT Medien- und Kommunikationstheorien <sup>O 5</sup>									3	2	1			45	105	5	m	
B-MM-ALL-OTP Orientierungsprojekt <sup>#</sup>									5			5	75	225	10	PA		8
Wahlpflichtmodulkomplexe (1 aus 9) <sup>~</sup>									10				150	300	15			6
Medien- und Kommunikationsmanagement									10	4	2		4	150	300	15		
Entertainmentmanagement									10	6	2	2		150	300	15		
Markenkommunikation und Werbung									10	6	2	2		150	300	15		
Medien- und Werbepsychologie									10	6	2	2		150	300	15		
Musikmanagement									10	6	2	2		150	300	15		
PR und Kommunikationsmanagement									10	6	3	1		150	300	15		
Sportmanagement									10	4	3		3	150	300	15		
Eventmanagement									10	6	2	2		150	270	15		
Tourismusmarketing und PR									10	6	2	2		150	270	15		
<b>Gesamt</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>270</b>	<b>630</b>	<b>30</b>	<b>18</b>				<b>270</b>	<b>630</b>	<b>30</b>			

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit  
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt  
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden), T = Technischer Support, E Englische Unterrichtssprache, O Online-Variante möglich,  
^Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%) \*Module/Veranstaltungen können in anderen Semestern angeboten werden, ~ SWS können abweichen,  
# Spezielle Voraussetzungen gemäß § 4 Absatz 5 SPO

<sup>1-5</sup> Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>FF, DS, JO, MN; <sup>2</sup>FF, DS, JO, MN; <sup>3</sup>MN; <sup>4</sup>JO; <sup>5</sup>JO

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																			
Modul/Lerneinheit	5. Semester									6. Semester*						Prüfung	empfohlene Lage des Moduls beim Studium in Teilzeit (Semester)*		
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ			ECTS	
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W						
B-STG-ALL-DTG Digital Technologies <sup>E O 1</sup>	3				3	45	105	5										PA	9
B-STG-ALL-SOG Strategie und Organisation <sup>O 2</sup>	3	2	1			45	105	5										m	11
B-MM-ALL-FKP Fokusprojekt <sup>#</sup>	5				5	75	225	10										PA	9
Wahlpflichtmodulkomplexe (1 aus 9) <sup>~</sup>	6																		
Medien- und Kommunikationsmanagement	7	2	1		4	105	195	10											
Entertainmentmanagement	7	4	1	2		105	195	10											
Markenkommunikation und Werbung	7	2	3	2		105	195	10											
Medien- und Werbepsychologie	7	2	1		4	105	195	10											
Musikmanagement	7	2	3	2		105	195	10											
PR und Kommunikationsmanagement	7	2	1		4	105	195	10											
Sportmanagement	7	4	1	2		105	195	10											
Eventmanagement	7	4	1	2		105	195	10											
Tourismusmarketing und PR	7	2	1		4	105	195	10											
B-SQ-ALL-KMK Kommunikationskompetenzen <sup>3</sup>									3				3	45	105	5		m	12
B-STG-ALL-SIT Studentische Initiative <sup>4</sup>									0						150	5		PA	10
B-MM-ALL-PRA Praxismodul									0						600	20		^	10
<b>Gesamt</b>	<b>18</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>165</b>	<b>435</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>45</b>	<b>855</b>	<b>30</b>			

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit  
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W= Workshop, ges. = gesamt  
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden), T Technischer Support, E Englische Unterrichtssprache, O Online-Variante möglich,  
^Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%), \*Module/Veranstaltungen können in anderen Semestern angeboten werden, ~ SWS können abweichen,  
# Spezielle Voraussetzungen gemäß § 4 Absatz 5 SPO

<sup>1-4</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>DS, JO, MN; <sup>2</sup>MN; <sup>3</sup>FF, DS, JO, MN; <sup>4</sup>FF, DS, JO, MN

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement											
Modul/Lerneinheit	7. Semester									Prüfung	empfohlene Lage des Moduls beim Studium in Teilzeit (Semester)*
	SWS					LVS	SSZ	ECTS			
	ges.	V	S	Ü	W						
B-SQ-ALL-EXG Existenzgründung <sup>1</sup>	3	1		2		45	105	5	m	14	
B-MM-ALL-MMM Methodenvertiefung Medienmanagement <sup>#</sup>	2		2			30	120	5	/	13	
B-MM-ALL-AMM Aktuelle Themen im Medienmanagement <sup>o</sup>	2		2			30	120	5	PA	14	
B-MM-ALL-BTH Bachelor Thesis <sup>#</sup>	0					0	450	15	+	14	
<b>Gesamt</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>105</b>	<b>795</b>	<b>30</b>			

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit  
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt  
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden), <sup>T</sup> Technischer Support, <sup>E</sup> Englische Unterrichtssprache,  
<sup>o</sup> Online-Variante möglich,  
<sup>^</sup> Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%), <sup>\*</sup> Module/Veranstaltungen können in anderen Semestern angeboten werden, <sup>-</sup> SWS können abweichen, <sup>#</sup> Spezielle Voraussetzungen gemäß § 4 Absatz 5 SPO

<sup>1</sup>Modul wird auch angeboten in FF, DS, JO, MN

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																									
Modul/Lerneinheit	2. Semester <sup>#</sup>								4. Semester <sup>##</sup>							5. Semester <sup>###</sup>					Prüfung				
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS								
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü		W			
B-MM-STR-GLE Grundlagen Eventmanagement <sup>1</sup>	3	2	1			45	105	5													K				
B-STG-STR-SPU Strategie und Praxis der Unternehmenskommunikation <sup>2</sup>									4	2	2			45	105	5						K			
B-STG-STR-CUC Campaigning und Crossmedia <sup>3</sup>									3	2	1			45	105	5						PA			
B-STG-STR-CEM Customer Experience Management <sup>4</sup>									4				4	45	105	5						PA			
B-STG-STR-PSM Performance Marketing und Social Media <sup>5</sup>																	4	2		2		60	90	5	PA
B-MM-MKM-SPT Spezielle Themen im Medien- und Kommunikationsmanagement																	3	2	1			45	105	5	PA
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			<b>45</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>135</b>	<b>315</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>105</b>	<b>195</b>	<b>10</b>	
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit                      V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt                      m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) <sup>T</sup> Technischer Support                      ^Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)                      Alle Module der Studienrichtung MK sowie alle generischen Module der Semester 1-7 werden auch in Form der Studienrichtung MC in englischer Sprache angeboten.</p>																									
<p><sup>1-5</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>MM-EVM; <sup>2</sup>JO-PRC, MM-PRK; <sup>3</sup>DS-DSM, DS-ADI, JO-PRC, MM-MKW, MM-PRK, MN-MMT; <sup>4</sup>DS-DSM, DS-PIN, MM-EVM, MM-TPR, MN-HLO, MN-FSM, MN-TOM; <sup>5</sup>DS-DSM, DS-ADI, DS-PIN, MM-MKW, MN-MMT, MN-MAL</p>																									
<p><sup>#</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester  <sup>##</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester  <sup>###</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester</p>																									



Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																									
Modul/Lerneinheit	2. Semester <sup>#</sup>								4. Semester <sup>##</sup>							5. Semester <sup>###</sup>					Prüfung				
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS								
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü		W	ges.	V	S
B-STG-STR-GMI Grundlagen Markenmanagement und integrierte Kommunikation <sup>1</sup>	3	2	1			45	105	5													K				
B-STG-STR-MPT Media Planning und Targeting <sup>2</sup>									4				4	60	90	5						PA			
B-STG-STR-CUC Campaigning und Crossmedia <sup>3</sup>									3	2	1			45	105	5						PA			
B-STG-STR-WEP Werbepsychologie <sup>4</sup>									3	2		1		45	105	5						K			
B-STG-STR-PSM Performance Marketing und Social Media <sup>5</sup>																	4	2		2		60	90	5	PA
B-MM-MKW-SPT Spezielle Themen in Markenkommunikation und Werbung																	3	2	1			45	105	5	PA
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			<b>45</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>150</b>	<b>300</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>105</b>	<b>195</b>	<b>10</b>	
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit                      V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt                      m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) <sup>T</sup> Technischer Support                      ^Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)                      Dem Modulkatalog ist zu entnehmen, ob für das Absolvieren einzelner Module Voraussetzungen zu erbringen sind.</p>																									
<p><sup>1-5</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>DS-DSM, DS-ADI, MN-MMT; <sup>2</sup>DS-ADI; <sup>3</sup>DS-DSM, DS-ADI, JO-PRC, MM-MKM, MM-PRK, MN-MMT; <sup>4</sup>DS-ADI, MM-MWP, MN-WPY; <sup>5</sup>DS-DSM, DS-ADI, DS-PIN, MM-MKM, MN-MMT, MN-MAL</p>																									
<p><sup>#</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester  <sup>##</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester  <sup>###</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester</p>																									

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																									
Modul/Lerneinheit	2. Semester <sup>#</sup>								4. Semester <sup>##</sup>							5. Semester <sup>###</sup>					Prüfung				
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS								
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü		W	ges.	V	S
B-STG-STR-GPS Grundlagen Psychologie <sup>1</sup>	3	2	1			45	105	5													K				
B-STG-STR-SMP Sozial- und Medienpsychologie <sup>2</sup>									4	2	2			45	105	5					K				
B-STG-STR-PPY Personalpsychologie <sup>3</sup>									3	2	1			45	105	5					K				
B-STG-STR-WEP Werbepsychologie <sup>4</sup>									3	2		1		60	90	5					PA				
B-STG-STR-AOP Arbeits- und Organisationspsychologie <sup>5</sup>																	4	2		2	60	90	5	PA	
B-MM-MWP-SPT Spezielle Themen in Medien- und Werbepsychologie																	3	2	1		45	105	5	PA	
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			<b>45</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>150</b>	<b>300</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>105</b>	<b>195</b>	<b>10</b>	
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit                      V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt                      m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) <sup>T</sup> Technischer Support  <sup>A</sup> Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)                      Dem Modulkatalog ist zu entnehmen, ob für das Absolvieren einzelner Module Voraussetzungen zu erbringen sind.</p>																									
<p><sup>1-5</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>MN-WPY, MN-HRM; <sup>2</sup>MM-ETM, MN-WPY; <sup>3</sup>MN-WPY, MN-HRM; <sup>4</sup>DS-ADI, MM-MKW, MN-WPY; <sup>5</sup>MN-WPY</p>																									
<p><sup>#</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester  <sup>##</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester  <sup>###</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester</p>																									



Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																									
Modul/Lerneinheit	2. Semester <sup>#</sup>								4. Semester <sup>##</sup>							5. Semester <sup>###</sup>					Prüfung				
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS								
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü		W	ges.	V	S
B-MM-MUM-GLM Grundlagen Musikmanagement	3	2	1			45	105	5													K				
B-MM-MUM-MUW Musikwissenschaft									4	2	2			45	105	5						K			
B-MM-STR-LET Live-Entertainment <sup>1</sup>									3	2	1			45	105	5						PA			
B-STG-STR-DBU Digital Business <sup>2</sup>									3	2	1			45	105	5						m			
B-MM-STR-KMM Künstlermanagement und Musikmarketing <sup>3</sup>																	4	2		2		60	90	5	PA
B-MM-MUM-SPT Spezielle Themen im Musikmanagement																	3	2	1			45	105	5	PA
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			<b>45</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>135</b>	<b>315</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>105</b>	<b>195</b>	<b>10</b>	
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit                      V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt                      m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) <sup>T</sup> Technischer Support  <sup>A</sup>Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)                      Dem Modulkatalog ist zu entnehmen, ob für das Absolvieren einzelner Module Voraussetzungen zu erbringen sind.</p>																									
<p><sup>1-3</sup>. Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>MM-ETM, MM-EVM; <sup>2</sup>JO-JOU, MM-ETM, MM-EVM, MN-INM, MN-MSM, MN-HLO, MN-MAL; <sup>3</sup>MM-ETM, MM-EVM</p>																									
<p><sup>#</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester  <sup>##</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester  <sup>###</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester</p>																									

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																										
Modul/Lerneinheit	2. Semester <sup>#</sup>							4. Semester <sup>##</sup>							5. Semester <sup>###</sup>					Prüfung						
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS										
ges.	V	S	Ü	W	ges.				V	S	Ü	W	ges.				V	S	Ü	W	ges.	V	S	Ü	W	
<b>B-STG-STR-GLK</b> Grundlagen des Kommunikationsmanagements <sup>1</sup>	3	2	1			45	105	5													K					
<b>B-STG-STR-SPU</b> Strategie und Praxis der Unternehmenskommunikation <sup>2</sup>									4	2	2				45	105	5					K				
<b>B-STG-STR-CUC</b> Campaigning und Crossmedia <sup>3</sup>									3	2	1				45	105	5					PA				
<b>B-STG-STR-BJK</b> Brand Journalism und Krisenkommunikation <sup>4</sup>									3	2	1				60	90	5					PA				
<b>B-STG-STR-IKC</b> Interne Kommunikation und Corporate Media <sup>5</sup>																		4			4	60	90	5	PA	
<b>B-MM-PRK-SPT</b> Spezielle Themen im PR- und Kommunikationsmanagement																		3	2	1			45	105	5	PA
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			<b>45</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>150</b>	<b>300</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>105</b>	<b>195</b>	<b>10</b>		
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit                      V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt                      m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) <sup>T</sup> Technischer Support  <sup>A</sup> Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)                      Dem Modulkatalog ist zu entnehmen, ob für das Absolvieren einzelner Module Voraussetzungen zu erbringen sind.</p>																										
<p><sup>1-5</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>DS-DSM, JO-PRC, MM-ETM; <sup>2</sup>JO-PRC, MM-MKM; <sup>3</sup>DS-DSM, DS-ADI, JO-PRC, MM-MKM, MM-MKW, MN-MMT; <sup>4</sup>JO-JOU, JO-PRC; <sup>5</sup>JO-JOU, JO-PRC</p>																										
<p><sup>#</sup> = empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester  <sup>##</sup> = empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester  <sup>###</sup> = empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester</p>																										

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																									
Modul/Lerneinheit	2. Semester <sup>#</sup>								4. Semester <sup>##</sup>							5. Semester <sup>###</sup>					Prüfung				
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS								
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü		W	LVS	SSZ	ECTS
B-STG-STR-GSP Grundlagen Sportmanagement <sup>1</sup>	3	2	1			45	105	5													K				
B-STG-STR-SPW Sportwissenschaft <sup>2</sup>									4	2	2			45	105	5					K				
B-STG-STR-ISK Innovationen in der Sportkommunikation <sup>3</sup>									3	2	1			45	105	5					PA				
B-STG-STR-OMS Organisation und Management von Sport-Events <sup>4</sup>									3				3	60	90	5					PA				
B-STG-STR-SPS Sportlermanagement und Sportmarketing <sup>5</sup>																	4	2		2	60	90	5	PA	
B-MM-SPM-SPT Spezielle Themen in Sportmanagement																	3	2	1		45	105	5	PA	
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			<b>45</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>150</b>	<b>300</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>105</b>	<b>195</b>	<b>10</b>	
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit                      V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt                      m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) <sup>T</sup> Technischer Support                      ^Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)                      Dem Modulkatalog ist zu entnehmen, ob für das Absolvieren einzelner Module Voraussetzungen zu erbringen sind.</p>																									
<p><sup>1-5</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>JO-SPJ, MN-SPB; <sup>2</sup>JO-SPJ, MN-SPB; <sup>3</sup>JO-SPJ, MN-SPB; <sup>4</sup>MN-SPB; <sup>5</sup>MN-SPB</p>																									
<p><sup>#</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester  <sup>##</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester  <sup>###</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester</p>																									

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																									
Modul/Lerneinheit	2. Semester <sup>#</sup>								4. Semester <sup>##</sup>							5. Semester <sup>###</sup>					Prüfung				
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS								
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü		W	ges.	V	S
B-MM-STR-GLE Grundlagen Eventmanagement <sup>1</sup>	3	2	1			45	105	5													K				
B-STG-STR-CEM Customer Experience Management <sup>2</sup>									4				4	45	105	5						PA			
B-MM-STR-LET Live-Entertainment <sup>3</sup>									3	2	1			45	105	5						PA			
B-STG-STR-DBU Digital Business <sup>4</sup>									3	2	1			45	105	5						PA			
B-MM-STR-KMM Künstlermanagement und Musikmarketing <sup>5</sup>																	4	2		2		60	90	5	PA
B-MM-EVM-SPT Spezielle Themen in Eventmanagement																	3	2	1			45	105	5	PA
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			<b>45</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>135</b>	<b>315</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>105</b>	<b>195</b>	<b>10</b>	
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit                      V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt                      m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) <sup>T</sup> Technischer Support  <sup>A</sup>Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)                      Dem Modulkatalog ist zu entnehmen, ob für das Absolvieren einzelner Module Voraussetzungen zu erbringen sind.</p>																									
<p><sup>1-5</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>MM-MKM; <sup>2</sup>DS-DSM, DS-PIN, MM-MKM, MM-TPR, MN-HLO, MN-FSM, MN-TOM; <sup>3</sup>MM-ETM, MM-MUM; <sup>4</sup>JO-JOU, MM-ETM, MM-MUM, MN-INM, MN-MSM, MN-HLO, MN-MAL; <sup>5</sup>MM-ETM, MM-MUM</p>																									
<p><sup>#</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester  <sup>##</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester  <sup>###</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester</p>																									

Studienablaufplan im Bachelorstudiengang Medienmanagement																									
Modul/Lerneinheit	2. Semester <sup>#</sup>								4. Semester <sup>##</sup>							5. Semester <sup>###</sup>					Prüfung				
	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS					LVS	SSZ	ECTS	SWS								
	ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü	W				ges.	V	S	Ü		W	ges.	V	S
B-STG-STR-GTO Grundlagen Tourismusmanagement <sup>1</sup>	3	2	1			45	105	5													K				
B-STG-STR-CEM Customer Experience Management <sup>2</sup>									4				4	45	105	5					K				
B-STG-STR-TMT Touristische Marktteilnehmer <sup>3</sup>									3	2	1			45	105	5					PA				
B-STG-STR-TMK Tourismusmarketing <sup>4</sup>									3	2	1			60	90	5					PA				
B-STG-STR-NIT Nachhaltigkeit im Tourismus <sup>5</sup>																	4	2		2	45	105	5	PA	
B-MM-TRP-SPT Spezielle Themen im Tourismusmarketing und PR																	3	2	1		45	105	5	PA	
<b>Gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			<b>45</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>150</b>	<b>300</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>90</b>	<b>210</b>	<b>10</b>	
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit                      V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, W = Workshop, ges. = gesamt                      m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) T Technischer Support                      ^Praxisbericht (nicht benotet) + bestehend aus Bachelorarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)                      Dem Modulkatalog ist zu entnehmen, ob für das Absolvieren einzelner Module Voraussetzungen zu erbringen sind.</p>																									
<p><sup>1-5</sup>: Modul wird auch angeboten in: <sup>1</sup>MN-TOM; <sup>2</sup>DS-DSM, DS-PIN, MM-MKM, MM-EVM, MN-HLO, MN-FSM, MN-TOM; <sup>3</sup>MN-TOM; <sup>4</sup>MN-TOM; <sup>5</sup>MN-TOM</p>																									
<p><sup>#</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester  <sup>##</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester  <sup>###</sup>=empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester</p>																									