



EMBA

EUROPÄISCHE MEDIEN-
UND BUSINESS-AKADEMIE

HAMBURG Osterfeldstraße 12-14, 22529 Hamburg
Tel.: 040 46 00 947-0, Fax: 040 46 00 947-29

BERLIN Friedrichstraße 50-55, 10117 Berlin
Tel.: 030 80 92 220-80, Fax: 030 80 92 220-89

DÜSSELDORF Speditionstraße 9, 40221 Düsseldorf
Tel.: 0211 30 20 61-60, Fax: 0211 30 20 61-69

info@emba.de

www.emba.de



STUDIUM BUSINESS MANAGEMENT (Bachelor of Arts)

In den Studienrichtungen:

- > Internationales Marketing und Management (B.A.)
- > Mode-, Trend- und Markenmanagement (B.A.)
- > Wirtschafts- und Werbepsychologie (B.A.)
- > Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement (B.A.)
- > Internationales Hotel-, Resort- und Cruisemanagement (B.A.)

Stand: 01.10.2017



1.-3. SEMESTER

Wissenschaftliches Arbeiten Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Methoden und Techniken CREDITS: 5	Recht Rechtsordnung Grundlagen Bürgerliches Recht Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht Markenrecht CREDITS: 5	Projektmanagement Projektplanung Projektorganisation Prozesse und Ressourcenmanagement CREDITS: 5
Volkswirtschaftslehre Makroökonomie Mikroökonomie Internationale Wirtschaftssysteme CREDITS: 5	Marktforschung Grundlagen der Marktforschung Qualitative und quantitative Forschung Statistik und Datenanalyse CREDITS: 5	Kampagnenmanagement Grundlagen Campaigning Integrierte Kommunikation Cross Media CREDITS: 5
Betriebswirtschaft I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Buchführung/Bilanzierung CREDITS: 5	IT- und Datenmanagement Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur Anwendungen Datensicherheit und Datenschutz CREDITS: 5	Betriebswirtschaft III Human Resource Management Arbeitsrecht CREDITS: 5
Marketing I Strategisches Marketing Märkte und Zielgruppen Internationales Marketing CREDITS: 5	Betriebswirtschaft II Kosten- und Leistungsrechnung Geschäftsmodelle Investition und Finanzierung Controlling CREDITS: 5	Agenturarbeit Agenturorganisation und Management Unternehmensberatung und Consulting Budgetplanung CREDITS: 5
Unternehmensführung I Grundlagen der Unternehmensorganisation Strategisches Management Operatives Management CREDITS: 5	Marketing II Operatives Marketing Marketinginstrumente CREDITS: 5	Führung und Leadership Führungspsychologie und -theorien Strategische und operative Mitarbeiterführung Leadership als Führungskonzept CREDITS: 5
Kommunikationsmanagement Strategisches u. operatives Kommunikationsmanagement Kommunikationsinstrumente und -konzeption CREDITS: 5	Unternehmensführung II Unternehmensethik/CSR Corporate Governance und Compliance Corporate Brand Management CREDITS: 5	

Zusätzliche Praxisphase	Zusätzliche Praxisphase	Zusätzliche Praxisphase
SEMESTER 1 CREDITS: 30	SEMESTER 2 CREDITS: 30	SEMESTER 3 CREDITS: 25

4. SEMESTER

Studienrichtung Internationales Marketing und Management Internationales Management 10 Markenmanagement 10 Internationales Marketing 10 Konsum- und Investitionsgütermarketing 5 E-Business 5 CREDITS: 40
Studienrichtung Mode-, Trend- und Markenmanagement Modemanagement I: Mode und Gesellschaft 5 Modemanagement II: Intern. Modebusiness 10 Markenmanagement I: Markenführung und -qualität 5 Trendmanagement 10 Markenmanagement II: Markenkommunikation 5 Markenmanagement III: Kampagnenmanagement 5 CREDITS: 40
Studienrichtung Wirtschafts- und Werbepsychologie Grundlagen Wirtschaftspsychologie 10 Organisationspsychologie und -entwicklung 5 Medien- und Kommunikationspsychologie 5 Forschungsmethoden und Evaluation 10 Werbemanagement 5 Werbe- und Konsumentenpsychologie 5 CREDITS: 40
Studienrichtung Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement Event-, Messe- und Kongressmanagement 10 Freizeitpsychologie und Tourismuswirtschaft 5 Spezielles Recht und Steuern im Tourismus 5 Tourismusmanagement und -marketing 10 Internationales Hotelmanagement 5 Destinationsmanagement und -marketing 5 CREDITS: 40
Studienrichtung Internationales Hotel-, Resort- und Cruisemanagement Freizeitpsychologie und Tourismuswirtschaft 5 Hotel und Resort Operations 10 Kreuzfahrtmanagement I 5 Sales und Distribution 5 Dienstleistungsmarketing im Hospitalitymanagement 5 Kreuzfahrtmanagement II 5 Spezielles Recht und Steuern im Tourismus 5 CREDITS: 40

Zusätzliche Praxisphase
SEMESTER 4 CREDITS: 40

GESAMTE CREDITS NACH 4 SEMESTERN: 125

5. SEMESTER

Reflexionsmodul Reflektiertes interdisziplinäres Lernen CREDITS: 5
Wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Modelle Innovations- und Changemanagement Klassische und aktuelle Theorien Anwendungsfälle und Diskurs Globale Strategien und internationale Kulturen CREDITS: 10
Gründungsmanagement Entrepreneurship Businessplan CREDITS: 5
Wissenschaftliches Publizieren Wissenschaftliches Schreiben Wissenschaftliche Recherche CREDITS: 5
Lehrprojekt Unternehmen Praxismodul (12 Wochen) Modulcoaching CREDITS: 15

Studienphase an der Hochschule Mittweida (University of Applied Sciences)



Der Studiengang Business Management der Hochschule Mittweida wird im Rahmen des Dezentralen Hochschulsystems (DHS) an der EMBA angeboten.

Zusätzliche Praxisphase	Zusätzliche Praxisphase
SEMESTER 5 + 6 CREDITS: 55	SEMESTER 5 + 6 CREDITS: 55

Die konkrete Reihenfolge der Module kann von der Darstellung abweichen; ein Credit (ECTS) entspricht einem Workload (Arbeitsaufwand) von 30 Stunden, inklusive Selbststudienzeit.

GESAMTE CREDITS NACH 6 SEMESTERN: 180