



## Ihr persönliches Bildungsangebot



Studienangebot - grundständig

## Unternehmenskommunikation (Bachelor of Arts)

 <b>Termin</b>	01.10.2022 - 30.09.2025	 <b>Ansprechpartnerin</b>	Jessica Herrmann Tel.: 030/3199095-50 Fax: 030/3199095-55 Mail: <a href="mailto:jessica.herrmann@bbw-hochschule.de">jessica.herrmann@bbw-hochschule.de</a>
 <b>Abschluss</b>	Bachelor-Urkunde, Bachelor-Zeugnis		
 <b>Unterrichtsform</b>	Vor-Ort-Vollzeit		
 <b>Dauer</b>		 <b>Veranstaltungsort</b>	Charlottenburg, Leibnizstraße - bbw Hochschule Leibnizstr. 11-13 10625 Berlin
<b>Zeiten</b>	08:30 Uhr bis 15:45 Uhr		
 <b>Gebühr</b>	Vollzeitstudium: 36 Raten à EUR 490,00 (EUR 17.640,00) €*  * Dieses Seminar ist von der Umsatzsteuer befreit.		
<b>Förderung</b>	Bildungskredit, Bildungsprämie, Selbstzahler, Stipendien, Studenten- BAföG		
 <b>Weitere Termine</b>	01.04.2023 - 30.03.2026   08:30 Uhr bis 15:45 Uhr  01.10.2023 - 30.09.2026   08:30 Uhr bis 15:45 Uhr  01.04.2024 - 30.03.2027   08:30 Uhr bis 15:45 Uhr  01.10.2024 - 30.09.2027   08:30 Uhr bis 15:45 Uhr		

### Perspektiven

"Man kann nicht nicht kommunizieren", so lautet das berühmte Zitat des Kommunikationswissenschaftlers Paul Watzlawick für die zwischenmenschliche Kommunikation. Auch Unternehmen sind soziale Systeme, die Kommunikationsbeziehungen mit unterschiedlichen Stakeholdern und der Gesellschaft pflegen, um erfolgreich am Markt agieren zu können.

Der BA-Studiengang Unternehmenskommunikation beschäftigt sich mit dem Kommunikationsmanagement zwischen internen und externen Stakeholdern, wie z. B. mit Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Journalist:innen und Businesspartnern. Der stakeholderorientierte Ansatz der Unternehmensführung fragt u.a. danach, wie Unternehmen Vertrauen aufbauen und Kunden an die Organisation binden können. Wie nutzen Unternehmen Social Media Netzwerke, um die Markenbekanntheit zu steigern?

Neben dem Social Media Management befasst sich der Studiengang mit den Themen Corporate Social Responsibility, Brand Management, Interne Kommunikation sowie mit Strategien zur Bewältigung von internen und externen Krisen. Das Studium greift aktuelle Trends der Digitalisierung und Künstlichen

Intelligenz (KI) in der Unternehmenskommunikation auf und diskutiert den Einfluss auf die unterschiedlichen Organisationen und die Gesellschaft.

## Inhalte

### Grundlagenstudium

- Wissenschaftliche Methoden und digitale Kompetenzgrundlagen
- Wirtschafts-, Medien- und Vertragsrecht
- Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
- Einführung in die Unternehmenskommunikation und Ethik
- Theorien, Strategien und Techniken der Kommunikation
- Wirtschaftsenglisch
- Strategisches Kommunikationsmanagement und Social Media
- Stakeholdermanagement und Corporate Social Responsibility
- Grundlagen der Medienwirtschaft
- PR, Journalismus und Marketing
- Kommunikations- und Präsentationskompetenz
- Schreibpraxis: Public Relations und journalistische Praxis
- Storytelling und Content Management
- Reputationsmanagement: Zwischen Legitimation, Verantwortung und Vertrauen
- Brandmanagement und Markenführung
- Controlling und Wertschöpfung von Kommunikation
- Studienarbeit I
- Praxisphase I

### Spezialstudium

- Empirische Kommunikationsforschung
- Krisenkommunikation und Issues Management
- Ästhetik und Theorien der (audio)visuellen Kommunikation
- Planung, Erstellung und Kontrolle von Medienprodukten
- Projektmanagement und Design Thinking
- Soziale Phänomene der digitalen Kommunikation
- Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation
- Interne Kommunikation und Leadership Management
- Allgemeiner Vorbereitungskurs zur Bachelorarbeit
- Konzeptpapier: Kommunikationsprojekt
- Praxisphase II
- Bachelorarbeit und Kolloquium

## Vorteile

### Praxisnah studieren

Alle Lehrinhalte werden nach neuesten Lehrmethoden und in vernetzter Anwendung vermittelt. Da unsere Professor\*innen und Dozierenden aus der Wirtschaft kommen, können sie ihre Erfahrungen und ihr Netzwerk besonders praxisnah in ihre Lehre mit einbinden. Darüber hinaus sind Vorträge, Fallbeispiele und Fachdebatten parallel zu Fachpraktika, Exkursionen und Gastvorträgen prägende Elemente des Studiums. Zusätzlich zum Präsenzunterricht wird das erworbene Fachwissen im Selbststudium, in Gruppenarbeit und im begleitenden Lernen (eLearning) reflektiert und angewendet. Dabei werden die unterschiedlichen Lebens- und Berufshintergründe der Studierenden als wichtige Bereicherung gesehen.

## Zugangs- voraussetzungen

### Zulassungsberechtigung

- Abitur bzw. Fachhochschulreife oder
- nach § 11 Berliner Hochschulgesetz:
- ein für das Studium geeigneter Berufsabschluss oder
- Abschluss als Meister:in, Staatlich geprüfte:r Techniker:in, Staatlich geprüfte:r Betriebswirt:in

### Technische Voraussetzungen

Für die Betreuung via eLearning-Plattform ist der Zugang zu einem internetfähigen Computer Voraussetzung.

### Für Internationale Bewerber:innen:

Deutsches Sprachzeugnis: Sprachniveau C1 nach Gemeinsamem Europäischem Referenzrahmen

---

## Ablauf

Mit seiner Struktur und den konzipierten Inhalten orientiert sich dieser Studiengang konsequent an den umfassenden Ansprüchen und Bedürfnissen des gegenwärtigen und zukünftigen Kommunikationsmanagements. Ein erfolgreiches Absolvieren dieses Studiums führt zu einem ganzheitlichen und managementorientierten Verständnis für die Gestaltung, Umsetzung und Weiterentwicklung von integrierter Unternehmenskommunikation. Der Studiengang schlägt eine Brücke von der Theorie und der wissenschaftlichen Fundierung hin zu konkreten Auseinandersetzungen mit praktischen Anwendungen.

Das Konzept des Studiengangs ist so angelegt, dass sich Studierende mit eigenen Fragestellungen und tätigkeits- beziehungsweise praktikumsbezogenen Fallstudien einbringen können und sollen. Eine so ausgerichtete Lehrdidaktik unterstützt das Ziel, theoretische Erkenntnisse unmittelbar mit ihrer realen Umgebung in einen Zusammenhang zu bringen.

Der Förderung individueller und sozialer Schlüsselqualifikationen wird ein besonderer Stellenwert zugemessen, zumal die persönliche Kommunikations- und Konfliktfähigkeit, ausgeprägte rhetorische Fähigkeiten und Präsentationskompetenzen für das Berufsbild der Unternehmenskommunikation besonders tragend sind.

---