

Module & Credits im Überblick

Hochschulabschluss: Bachelor of Arts (B.A.) – 180 Credits

Bachelor-Thesis

12

Den eigenen Fokus wählen – Spezialisierung und Ausrichtung [Wahl 1 aus 8]

Ausführliche Übersicht über die Spezialisierungen siehe Tabelle auf der folgenden Seite

Spezielle Soziologien – Teilbereiche sozialer Realität entdecken [Wahl 3 aus 8]

Arbeitsmarkt und berufliche Mobilität	6	Die kulturelle Dimension – Hegemonien, Hybride Subjekte und Singularisierung	6
Wirtschafts- und Organisationssoziologie	6	Race, class, gender	6
Bildungsungleichheit und Bildungsrenditen	6	Soziale Netzwerke und soziales Kapital	6
Politische Soziologie und Wahlforschung	6	Demographischer Wandel und Silver Society	6

Vertiefung angewandter Sozialwissenschaften – Die Verflechtung sozialer Phänomene verstehen

Vergleichende Analyse moderner Gesellschaften	6	Herausforderungen der Wirtschaftspolitik	6
Wirtschaftsbeziehungen im Kontext der internationalen Politik	6	Umwelt-, Gesundheits- und Wissenskommunikation	6
Politik und Gesellschaft	6		

Berufspraktische Kompetenzen und Wissenstransfer – Sozialwissenschaftliche Erkenntnisse vermitteln

Moderieren und Präsentieren – in Präsenz und online	6	Data Storytelling	6
Praxisprojekt	8	Projektmanagement	6

Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden – Soziale Realität beschreiben und analysieren

Einführung in das Studium und wissenschaftliches Arbeiten	6	Qualitative Forschung in Theorie und Anwendungspraxis	8
Forschungsmethoden und Statistik	6	Forschungsmethoden in der Praxis	6

Grundlagen angewandter Sozialwissenschaften – Soziale Realität erkennen

Einführung in die Soziologie	8	Sozialpsychologie	8
Einführung in die Politikwissenschaft	6	Volkswirtschaftslehre	8
Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft	6	Bildungstheorie und Lebenslanges Lernen	6
Sozialstrukturanalyse	6		

Den eigenen Fokus wählen – Spezialisierung und Ausrichtung [Wahl 1 aus 8]			
Markt- und Konsumforschung	20	Politikfelder und Lobbyismus	20
Markenpsychologie, Kundenbeziehungen und Kampagnen		Politische Kommunikation	
Psychologische Marktforschung und Big Data		Wirtschaftliche Interessen und Europapolitik	
Markt- und Werbepsychologie		Umweltökonomie und Nachhaltigkeit	
Gesellschaftliche Megatrends	20	Personal, Arbeit, Organisation	20
Gesellschaftliche Bedingungen des digitalen Wandels		Personalauswahl und -entwicklung	
Gesellschaftliche Transformationsprozesse		Leadership & Performance Management	
Analyse gesellschaftlicher Herausforderungen		Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie	
Non-Profit Management	20	Public Management	20
Non-Profit- und Nichtregierungsorganisationen		Grundlagen des Public Management	
Finanzierung Sozialer Arbeit inkl. Fundraising		Strategisches Verwaltungsmanagement	
Grundlagen Sozialwirtschaft & Entrepreneurship		Smart Cities and Regions	
Evaluation, Qualitäts- und Changemanagement	20	Betriebswirtschaftliches Handeln	20
Evaluation und Evaluationsforschung		Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Qualitätsmanagement		Unternehmensführung	
Change Management		Verhaltensökonomik	