



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Modulhandbuch
Bachelorstudiengang
Kommunikationsmanagement

Modulbeschreibungen
in alphabetischer Reihenfolge

Bachelor-Arbeit mit Colloquium

Bachelor Thesis

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0008 (Version 3.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0008

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

In der das Studienprogramm abschließenden Bachelor-Arbeit führen die Studierenden theoretische Kenntnisse, Kenntnisse grundlegender Methoden und Techniken des Fachs mit Blick auf eine aktuelle Forschungsfragestellung zusammen, präsentieren und reflektieren sie.

Lehrinhalte

Selbständiges wissenschaftliches Bearbeiten und Präsentieren eines praxisrelevanten Themenbereichs.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden bauen auf einem breiten und integrierten Wissen und einem kritischen Verständnis ausgewählter Theorien, Terminologien und Konzepte des Fachs auf. Sie beziehen Theorien und Verfahren fundiert und anwendungsorientiert auf einen aktuellen Forschungszusammenhang aus der Praxis des Fachs. Sie haben das fachliche und überfachliche Wissen und Können, um studienprogrammbezogene Theorie und Praxis zusammenzuführen. Sie verfügen über die kritische Distanz, um sachgerechte Ergebnisse aus eigenen Analysen ziehen zu können.

Wissensvertiefung

Die Studierenden beschreiben konkrete Forschungsfragestellungen vor dem Hintergrund vertiefter fachlicher Kenntnisse, diskutieren alternative Lösungsansätze und extrahieren gezielt die Ergebnisse bereits vorhandener Forschungsarbeiten zu vergleichbaren Fragestellungen. Sie verfügen über das themenrelevante Wissen, um Ergebnisse fachspezifisch erzielen und diskutieren zu können und können diese Ergebnisse in einem Gesamtzusammenhang präsentieren und verteidigen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden wählen angemessene Methoden und Verfahren zur Durchführung eines wissenschaftlichen Vorhabens zielorientiert aus. Sie sind in der Lage, statistische und andere Daten auszuwerten, zu interpretieren und für eigene Forschungen nutzbar zu machen. Sie formulieren und überprüfen Forschungshypothesen mit Hilfe geeigneter fachwissenschaftlicher Verfahren. Dabei setzen sie das im Studium erworbene instrumentelle Wissen zur Erzielung ihrer Projektergebnisse ein.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden unterziehen Theorien, Konzepte und Forschungsergebnisse einer kritischen Betrachtung. Sie präsentieren eigene Forschungsergebnisse im Gesamtzusammenhang in schriftlicher Form und zeigen im Gespräch die Fähigkeit, sich mit einem ausgewählten Gegenstandsbereich ihres Fachs und mit ihrer eigenen wissenschaftlichen Arbeit differenziert, kritisch-diskursiv und strukturiert

auseinanderzusetzen.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden beschreiben und reflektieren eine eigenständige Forschungsarbeit. Sie können die im Studium erworbenen fachbezogenen und überfachlichen Kompetenzen anwenden und die Ergebnisse ihrer Arbeit hinsichtlich ihrer praktischen Relevanz beurteilen sowie Vorschläge für konkrete Umsetzungsmöglichkeiten der Arbeitsergebnisse aussprechen.

Lehr-/Lernmethoden

Selbststudium, betreut durch einen Lehrenden in Form von Colloquien, Counselling, Coaching.

Empfohlene Vorkenntnisse

Substantielle Kenntnisse grundlegender Theorien und Verfahren des Kommunikationsmanagements, der Öffentlichkeitsarbeit und Organisationskommunikation sowie ein breiter, durch Praktika vertiefter Einblick in die konkreten Anforderungen und Fragen des Berufsfeldes
Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation; s. darüber hinaus die Regelungen im Allg. Teil der Prüfungsordnung der Hochschule Osnabrück sowie den Besonderen Teil der Prüfungsordnung für das Studienprogramm Kommunikationsmanagement (Bachelor of Arts).

Modulpromotor

Schütte, Dagmar

Lehrende

Baum, Achim

Schwägerl, Christian

Dirkers, Detlev

Fuhrberg, Reinhold

Knorre, Susanne

Kocks, Klaus

Harden, Lars

Bloom-Schinnerl, Margareta

Osterheider, Felix

Schütte, Dagmar

Kirchhoff, Sabine

Steinkamp, Thomas

Leistungspunkte

10

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

8 individuelle Betreuung

2 Prüfungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

290 Bachelor-Arbeit

Literatur

Themenspezifisch

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Studienabschlussarbeit

Unbenotete Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsform

Bachelorarbeit mit Colloquium

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

BWL im Kommunikationsmanagement

Business Studies

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0010 (Version 6.0) vom 07.11.2016

Modulkennung

74B0010

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Kommunikationsmanager/innen arbeiten in/für Organisationen, deren Handeln betriebswirtschaftlichen Regeln folgt. Die Studierenden sollen künftig Aufgaben der Organisationskommunikation (Kommunikation in und von und über Organisationen) übernehmen. Dazu müssen sie den ökonomischen Kontext ihres organisatorischen Handelns bzw. das ihrer Kunden verstehen.

Lehrinhalte

1. Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, insb.
 - 1.1 Grundbegriffe des Wirtschaftens
 - 1.2 Wertschöpfung und Wertkettenanalyse
 - 1.3 Produktions- und Kostenfunktionen
 - 1.4 Preisbildung und Preispolitik
 - 1.5 Externes Rechnungswesen
 - 1.6 Externe und interne Finanzierung
 - 1.7 Investitionen und Investitionsrechnung
2. Grundlagen der strategischen, operativen und finanzwirtschaftlichen Unternehmenssteuerung, insb.
 - 2.1 Rechtsformen
 - 2.2 Organisation
 - 2.3 Operatives und strategisches Controlling
 - 2.4 Akquisition und Unternehmensbewertung
 - 2.5 Betriebliche Entscheidungen
3. Unternehmenspolitik inkl. betriebliche und unternehmerische Mitbestimmung
4. Marketing: Analysen und Strategieentwicklung
5. Personal und Personalführung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, verfügen über ein solides Grundlagenwissen der ABWL und verstehen das betriebliche und unternehmerische Umfeld, in dem sie als Kommunikationsmanager arbeiten.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über detailliertes Wissen in den für das Kommunikationsmanagement besonders relevanten Gebieten der Betriebswirtschaftslehre. Sie können einerseits das Wertschöpfungspotenzial von Kommunikation für Organisationen im betrieblichen Kontext identifizieren. Andererseits könnten sie betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und betriebliche Entscheidungen unter kommunikativen Gesichtspunkten analysieren, interpretieren und bewerten. Sie verstehen BWL als integriertes Stakeholder Management.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, wesentliche betriebswirtschaftliche Methoden und Verfahren bzw. Methoden und Instrumente der Managementlehre insbesondere im Kontext des Kommunikationsmanagements anzuwenden. Dazu zählen insbesondere die Analyse und Bewertung von internen Wertschöpfungsaktivitäten und externen Marktpotenzialen sowie deren kommunikative Umsetzung z.B. in Form von Strategie, Geschäftsberichten oder Investor Relations.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden verstehen BWL als Sozialwissenschaft und können sich kritisch mit Annahmen und Konzepten der BWL auseinandersetzen.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden wenden ihr Verständnis von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen grundsätzlich im Hinblick auf die Managementaufgaben der Organisationskommunikation an.

Lehr-/Lernmethoden

Die Veranstaltung wird sowohl in Vorlesungsform als auch seminaristisch durchgeführt. Case Studies und Planspiele werden regelmäßig eingesetzt, z.B. Marktstrat. Die Studierenden werden durch gezielte Literaturempfehlungen, Reader und über OSCA bereitgestellte Basistexte angeleitet, sich ergänzend im Selbststudium Wissen anzueignen.

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine

Modulpromotor

Knorre, Susanne

Lehrende

Knorre, Susanne

Litfin, Thorsten

Teckert, Özlem

Brieske, Stefan

Fuhrberg, Reinhold

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

30 Vorlesungen

30 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

25 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

20 Referate

25 Kleingruppen

20 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Arens-Fischer, Wolfgang/ Steinkamp, Thomas: Betriebswirtschaftslehre, München 2000
Balderjahn, Ingo / Specht, Günter (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel, 7. überarb. Auflage
Kieser, Alfred/ Oechseler, Walter A. (Hg.): Unternehmenspolitik, Stuttgart 2004 (2.Aufl.)
Mankiw, N. Gregory und Mark P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart 2008 (4. überarbeitete u. erw. Aufl.)
Pepels, Werner (Hg.) (2013): BWL im Nebenfach, De Gruyter-Oldenbourg, 3. Aufl.
Schmalen, Helmut/ Pechtl, Hans (2013): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel, 15. überarb. und erweiterte Aufl.)
Vahs, Dietmar / Schäfer-Kunz, Jan (2015): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 7. überarb. Aufl.
Voss, Rüdiger (2014): BWL kompakt. Grundwissen Betriebswirtschaftslehre, Rinteln: Merkur, 7. Auflage
Zerfaß, Ansgar (2010): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations, Wiesbaden: VS Verlag 3. aktualisierte Aufl. (Kap. 5 Betriebswirtschaftliche Grundlagen)

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Referat

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Bemerkung zur Prüfungsform

Klausur, Hausarbeit, Referat und Mündliche Prüfung (alternative Prüfungsformen)

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester



Lehrsprache

Deutsch

Einführung in die journalistische Praxis

Journalism in Practice

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0013 (Version 4.0) vom 07.11.2016

Modulkennung

74B0013

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Fundierte Kenntnisse über die Grundlagen journalistischer Arbeit gehören zum unverzichtbaren Bestandteil jeglicher Kommunikationsarbeit. Zu den first steps zählen Sprache im Journalismus und journalistische Darstellungsformen mit ihren jeweiligen medienspezifischen Besonderheiten. Die Lernziele dieses Moduls bedürfen sowohl der theoretischen Vermittlung als auch der eigenen praktischen Umsetzung.

Lehrinhalte

1. Journalistisches Schreiben
2. Journalistische Darstellungs- und Stilformen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, haben ein vertieftes Verständnis von Sprache im Journalismus gewonnen und beherrschen entsprechende Sprachregeln und die Techniken des Nachrichtenschreibens.

Ferner haben sie einen Überblick über journalistische Darstellungs- und Stilformen sowohl im Print- als auch im AV- und Online-Bereich erhalten. Sie kennen die jeweiligen Definitionen, Vorzüge und Funktionen der einzelnen Formen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, die medienspezifischen sprachlichen Eigengesetzlichkeiten und Regeln in journalistischen Texten zu reflektieren.

Sie erkennen die jeweiligen Vorzüge und Schwächen der einzelnen journalistischen Darstellungs- und Stilformen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, kennen Regeln für das journalistische Texten und können sie entsprechend anwenden. Sie sind dazu in der Lage, adäquate journalistische Darstellungs- und Stilformen für eine zu transportierende Botschaft auszuwählen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können journalistische Texte beurteilen und redigieren. Sie sind dazu in der Lage, ihre Bewertungen zu erläutern und argumentativ zu vertreten.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, für eine Redaktion einfache journalistische Texte nach handwerklichen Regeln zu verfassen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Übung, studentische Referate

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Bloom-Schinnerl, Margareta

Lehrende

Tondera, Elisabeth

Bloom-Schinnerl, Margareta

Kirchhoff, Sabine

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

15 Vorlesungen

30 Übungen

30 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

40 Journalistische Texte verfassen

19 Referate

16 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

Häusermann, Jürg: Journalistisches Texten, Konstanz 2011

Mast, Claudia (Hg.): ABC des Journalismus, Konstanz 2012

Prüfungsleistung

Referat

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Regelmäßige Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

Neben dem benoteten Referat ist als Leistungsnachweis die regelmäßige Teilnahme an der Vorlesung "Einführung Journalismus" erforderlich sowie darüber hinaus im Rahmen der Übung "Journalistisches Schreiben" das regelmäßige Verfassen eigener Texte (Arbeitsprobe / assignment).



Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Empirisches Forschungsprojekt (WP-Modul II)

Empirical Research Project

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0043 (Version 7.0) vom 14.02.2016

Modulkennung

74B0043

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Die praktische Projektarbeit ist ein wesentliches Element eines anwendungsorientierten Studienprogramms. Im Empirischen Forschungsprojekt wenden die Studierenden grundlegende Kenntnisse der Methoden und Verfahren der Kommunikationsforschung an einem aktuellen Fallbeispiel aus dem Feld des Kommunikationsmanagements und hier insbesondere zu einem der inhaltlichen Schwerpunkte Konzeption, Interne Kommunikation oder Presse- und Medienarbeit an. Dabei werden alle Arbeitsschritte eines klassischen deduktiven Vorgehens von der Situationsanalyse über die Entwicklung eines Forschungsdesigns bis hin zur Datenerhebung und Datenauswertung einschließlich der schriftlichen Dokumentation zentraler Ergebnisse durchlaufen.

Lehrinhalte

1. Vertiefender Überblick über die Methoden der empirischen Sozialforschung
2. Analyse eines aktuellen Fallbeispiels mit einer empirisch-evaluativen Komponente (z.B. Mitarbeiterbefragung zur Zufriedenheitsmessung)
 - 2.1 Forschungsziele benennen
 - 2.2 Forschungsdesign konzipieren (Begriffsbildung, Operationalisierung, Hypothesenbildung)
 - 2.3 Stichprobe festlegen
3. Projektdurchführung
4. Datenauswertung (computergestützt)
5. Evaluation
6. Berichterlegung und mündliche Präsentation

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über grundlegende Kenntnisse der empirischen Kommunikationsforschung. Sie kennen die grundlegenden quantitativen und qualitativen Verfahren der Kommunikationswissenschaft und können deren Vor- und Nachteile beschreiben.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können problemorientiert zwischen den verschiedenen Methoden der Kommunikationsforschung diejenige auswählen, die einer gegebenen Forschungsfrage angemessen ist. Sie entwerfen ein Forschungskonzept von der Erstellung eines Forschungsplans über die Stichprobenziehung und die Erstellung des Erhebungsinstrumentes (Fragebogen, Codierbuch) bis zur Datenauswertung.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden kennen das Datenanalysepaket SPSS und können dessen grundlegende Funktionen verstehen und nutzen. Sie können Daten eingeben, bereinigen und univariat auswerten sowie zu diesen Auswertungen Grafiken und Tabellen erstellen. Sie sind in der Lage, mit dem Programm SPSS Parameter der uni- und bivariaten Statistik zu berechnen und zu bewerten und auf dieser Grundlage

Forschungshypothesen zu prüfen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können Forschungsdesigns entwickeln, begründen und evaluieren und die Ergebnisse empirischer Forschung, insbesondere statistische Zusammenhänge, in einer zusammenhängenden Berichtsform sowohl schriftlich als auch mündlich auch vor fachfremden Zielgruppen präsentieren.

Lehr-/Lernmethoden

- a) Vorlesung mit seminaristischen Elementen (als Einführung in die Methoden der empirischen Kommunikationsforschung); die Vorlesung enthält auch vertiefende Arbeitsaufgaben, deren Lösungen im Rahmen der Vorlesung besprochen werden. Die Vorlesung ist als Blockwoche organisiert.
- b) Projektarbeit in Form von Plenumssitzungen sowie Arbeiten und Coachings in Kleingruppen oder individuell. Die Plenumssitzungen können wöchentlich stattfinden, die Organisation hängt aber auch vom konkreten Projektziel und der gewählten Methode ab. Im Rahmen der Projektarbeit wird das Empirische Projekt konzipiert und bis zum Abschluss der Datenerhebung durchgeführt.
- c) Dateneingabe, Datenbereinigung und Datenauswertung (in der Regel mit SPSS/PASW) im Rahmen einer Blockwoche im Plenum und in Kleingruppen bzw. individueller Arbeit an speziellen Fragestellungen (individuellen Teilprojekten als Basis für den abschließenden Projektbericht, der eine Prüfungsleistung darstellt).
- d) in einem begleitenden Vertiefungsseminar schließlich werden spezielle Felder empirischer Forschung vertieft (quantitative oder qualitative Verfahren). Die Studierenden können hier zwischen mehreren Vertiefungsangeboten wählen.

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Kenntnisse über Öffentlichkeitsarbeit und Organisationskommunikation, grundlegende Kenntnisse der Konzeptionsmethodik und der Umsetzung von Konzeptionsmaßnahmen, Kenntnisse in Rhetorik und Präsentationstechniken

Modulpromotor

Schütte, Dagmar

Lehrende

Fuhrberg, Reinhold
Harden, Lars
Schütte, Dagmar
Steinkamp, Thomas

Michael Griesen; Agnes Fleischer; Melanie Malczok

Leistungspunkte

10

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
30	Vorlesungen
60	Forschungsprojekte
30	Seminare
30	Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
40	Projektorganisation und Projektarbeiten in Kleingruppen oder individuell
30	Literaturstudium
30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
30	Bericht und mündliche Präsentation
20	Datenerfassung und Datenanalyse

Literatur

In häufigen Neuauflagen erscheinende Titel werden jeweils in der aktuellsten Version berücksichtigt und in ausreichender Zahl für die Bibliothek angeschafft. Im OSCA-Portal wird eine ausführliche und kommentierte Literaturliste zur Verfügung gestellt. Zu einzelnen Themengebieten, die im Rahmen der Vertiefungsseminare behandelt werden (z.B. Gesprächsanalyse), werden jeweils separate Literaturlisten zur Verfügung gestellt, die hier nicht aufgeführt sind.

Atteslander, Peter et al. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 12., durchgesehene Auflage. Berlin u.a.: de Gruyter.

Back, Louis/Beuttler, Stefan (2004): Handbuch Briefing. Grundlagen, Konzepte, Praxis. Stuttgart.

Baerns, Barbara (Hrsg.) (1995): PR-Erfolgskontrolle. Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit. Verfahren, Strategien, Beispiele. Frankfurt a. Main.

Besson, Nanette Aimée (2003): Strategische PR-Evaluation. Wiesbaden.

Bortz, Jürgen/Döring, Nicola (2009): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Berlin u.a.: Springer.

Bosch, Karl (2007): Statistik für Nichtstatistiker. Zufall und Wahrscheinlichkeit. 5., verbesserte Auflage. München: Oldenbourg.

Brosius, Felix (2008): SPSS 16 für Dummies. Weinheim: Wiley-VCH-Verlag.

Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike/Haas, Alexander (2009): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 5. Auflage. Wiesbaden: VS.

Brüsemeister, Thomas (2008): Qualitative Forschung. Ein Überblick. 2. Auflage. Wiesbaden: VS.

Bühl, Achim/Zöfel, Peter (2008): SPSS Version 16: Eine Einführung. München: Pearson Studium.

Buttler, Günter/Fickel, Norman (2002): Statistik mit Stichproben. Hamburg: Rowohlt.

Daschmann, Gregort/Krause, Birgit (Hrsg.) (2005): Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Diekmann, Andreas (2008): Empirische Sozialforschung. 19. Auflage. Hamburg.

Flick, Uwe (2005): Qualitative Sozialforschung. 3. Auflage. Reinbek: Rowohlt.

Früh, Werner (1998): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 4., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Medien.

Häder, Michael (2006): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS.

Jackob, Nikolaus/Schoen, Harald/Zerback, Thomas (Hrsg.) (2009): Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Wiesbaden: VS.

Kaczmarek, Lars (2009): Human-Survey Interaction. Usability and Nonresponse in Online Surveys. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Keyton, Joann (2006): Communication Research. Asking Questions, Finding Answers. 2. Auflage. Boston u.a.: McGraw Hill.

Kirchhoff, Sabine et al. (2008): Der Fragebogen: Datenbasis, Konstruktion und Auswertung. 4. überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS.

Krämer, Walter (2010): Statistik verstehen. Eine Gebrauchsanweisung. München u.a.: Piper. [Erste Auflage: 1992; 3., überarbeitete Auflage 1998].

Kromrey, Helmut (2009): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung. 12., überarb. und ergänzte Auflage. Stuttgart: Lucius & Lucius.

Küchenhoff, Helmut et al. (2006): Statistik für Kommunikationswissenschaftler. 2. Auflage. Konstanz: UVK.

Kühl, Stefan/Strodtholz, Petra (Hrsg.) (2002): Methoden der Organisationsforschung. Ein Handbuch. Reinbek: Rowohlt.

Lamnek, Siegfried (2005): Qualitative Sozialforschung. 4., vollständig überarbeitete Auflage. München: Beltz PVU.

Leech, Nancy L. et al. (2005): SPSS for Intermediate Statistics. New York.

Morgan, George A. et al. (2004): SPSS for Introductory Statistics. 2. Auflage. New York.

Lindenberg, Andreas/Wagner, Irmgard (2007): Statistik macchiato. Cartoon-Stochastikkurs für Schüler und Studenten. München u.a.: Pearson Studium.

Matthes, Jörg/Wirth, Werner/Daschmann, Gregor (2008): Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft.

Möhring, Wiebke/Schlütz, Daniela (2010): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine prax

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Projektbericht

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Klausur und der Projektbericht gehen jeweils zu 50% der Note in die Gesamtwertung ein. Darüber hinaus sind als Leistungsnachweis im Rahmen der Blockwoche "Übung Datenanalyse" regelmäßig Arbeitsproben (assignments) anzufertigen.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Fallanalysen im Kommunikationsmanagement

Case Studies in Communication Management

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0021 (Version 6.0) vom 16.01.2017

Modulkennung

74B0021

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Die Beurteilung von Kommunikationskampagnen sowie -einzelmaßnahmen ist eine der Kernkompetenzen für Kommunikationsmanager und -managerinnen. Dies gilt für die Entwicklung neuer sowie die Verbesserung bestehender Kampagnen und Maßnahmen. Die Studierenden erhalten hier Einblick in Analyseverfahren und Szenariotechniken, die es ihnen erlauben, ihr zuvor theoretisches Wissen praktisch anzuwenden.

Lehrinhalte

Präsentation von Kommunikationskampagnen bzw. -maßnahmen
Intermediavergleich
Analysetechniken
Erarbeitung von Analyserastern
Evaluation (Verfahren und Prozess)
Präsentation der Analysen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Erfolgreiche Absolventen/innen dieses Moduls kennen Analyseraster und -verfahren zur Beurteilung von Kommunikationskampagnen und -maßnahmen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über vertieftes Wissen insbesondere im Bereich der Evaluationsverfahren von Kommunikation.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie sind in der Lage, Evaluationsverfahren auf Kampagnen und Instrumente anzuwenden.

Können - kommunikative Kompetenz

Ferner können sie ihre Kritik fundiert formulieren und präsentieren sowie gegen Kritik verteidigen.

Können - systemische Kompetenz

Sie sind in der Lage, situativ die Vor- und Nachteile einzelner Kommunikationsinstrumente und -kampagnen zu beurteilen.

Lehr-/Lernmethoden

Präsentationen
Exkursionen
Praktikervorträge
Diskussionsrunden

Empfohlene Vorkenntnisse

Kenntnisse im Kommunikationsmanagement, den dortigen Arbeits- und Berufsfeldern, Wissen über das Mediensystem und die dortigen Arbeitsweisen, Kenntnisse und Erfahrungen in der Erstellung von Kommunikationskonzeptionen, Grundlagen der Wirkungsforschung (massenmedial, medial, interpersonal)

Modulpromotor

Schwägerl, Christian

Lehrende

Schwägerl, Christian

Fuhrberg, Reinhold

Knorre, Susanne

Kocks, Klaus

Harden, Lars

Osterheider, Felix

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

15	Seminare
----	----------

30	Übungen
----	---------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Kleingruppen
----	--------------

30	Präsentation Analyseergebnisse
----	--------------------------------

Literatur

Aktuelle, ausgezeichnete PR-Kampagnen und -Maßnahmen (Deutscher PR-Preis, PR-Award etc.)

Besson, N. A. (2008). Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden.

Bonfadelli, H. & Friemel, T. (2014). Medienwirkungsforschung. Konstanz/München.

Evaluationsausschuss DPRG&GPRA (2000): PR-Evaluation. Messen, Analysieren, Bewerten - Empfehlungen für die Praxis. Bonn.

Raupp, Juliana/Vogelsang, Jens (2009): Medienresonanzanalyse. Wiesbaden.

Röttger, Ulrike (Hg.) (2009): PR-Kampagnen. Wiesbaden.

Schuppener et.al. (2004): Die Communication Scorecard. Bern.

Spiller, R./Vaih-Baur, C./Scheurer, H. (2011). PR-Kampagnen. Konstanz.

Stacks, Don W. (2002): Primer of Public Relations Research. New York.

Zerfaß, A.& Piwinger, M. (2014). Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie, Management, Wertschöpfung. Wiesbaden.

Prüfungsleistung



Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Referat

Klausur 1-stündig

Unbenotete Prüfungsleistung

Regelmäßige Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

Alternative Prüfungsformen nach Maßgabe der Prüfer. Erfolgreiche Teilnahme an einer Übung als Leistungsnachweis.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Grundlagen der Gestaltung in Print-, Rundfunk- und Onlinemedien

Introduction to visual and audiovisual communication (print, broadcast, online)

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0024 (Version 2.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0024

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Die Studierenden werden in die gestalterischen Grundlagen der instrumentellen, der darstellenden und der medialen Kommunikation eingeführt. Visuelle Kommunikation und Medienarbeit sind die Koordinaten dieses Grundlagen-Moduls. Die Studierenden sollen einen fundierten und vor allem praxisgestützten Einstieg in die gestalterischen Möglichkeiten von Kommunikationsprozessen erhalten.

Lehrinhalte

1. Grundlagen der visuellen Kommunikation
2. Grundlagen der medialen Kommunikation im Printbereich
3. Grundlagen der medialen Kommunikation im Hörfunkbereich
4. Grundlagen der medialen Kommunikation im Fernseh-/Film-/Videobereich
5. Grundlagen der medialen Kommunikation im Online-Bereich

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über das grundlegende Basiswissen, wie Kommunikation instrumentell, darstellend und medial gestaltet werden kann. Sie wissen, welche Bedeutung visuelle Gestaltung hat und sie wissen, wie Informationen medial aufbereitet werden können.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, Konzepte für visuelle Gestaltung und mediale Aufbereitung zielgruppenspezifisch zu differenzieren.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, Konzepte für visuelle Gestaltung zu beurteilen und Konzepte für mediale Gestaltung zu entwerfen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, Informationen in einer gut strukturierten medialen Form darzubieten.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, einfachere Aufgabenstellungen medial aufzubereiten.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Seminar, Gruppenarbeiten, Übung, studentische Referate, Praxisprojekt

Empfohlene Vorkenntnisse

Modulpromotor

Kirchhoff, Sabine

Lehrende

Baum, Achim

Bloom-Schinnerl, Margareta

Kirchhoff, Sabine

Hesselmann-Höfling, Thomas

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

15 Vorlesungen

30 Übungen

30 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

15 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Referate

15 Prüfungsvorbereitung

15 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

Arnold, Bernd-Peter: ABC des Hörfunks, Konstanz

Arnold, Klaus, Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum, Konstanz 2009

Bernet, Marcel, Social Media in der Medienarbeit. Online-PR im Zeitalter von Google, Facebook und Co, VS-Verlag 2010

Bogula, Werner, Leitfaden Online-PR, Konstanz 2007

Branahl, Udo, Medienrecht. Eine Einführung, 201

Herbst, Dieter, Internet-PR (jeweils aktuellste Auflage)

Hoffmann, Beate, Christina Müller, Public Relations kompakt, Wiesbaden 2008

Kirchhoff, Sabine / Krämer, Walter, Presse in der Krise, Wiesbaden 2010

Krug, Steve: Don't make me think! Web Usability. Heidelberg 2006.

Jarren, Otfried / Weßler, Hartmut: Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung. Westdeutscher Verlag Wiesbaden 2002

Jodeleit, Bernhard, Social Media Relations. Leitfaden für erfolgreiche PR-Strategien und Öffentlichkeitsarbeit im Web 2.0, Heidelberg 2010

Mast, Claudia (Hg.). ABC des Journalismus. Ein Handbuch, Konstanz 2008

Matzen, Nea, Online-Journalismus, Wiesbaden 2010

Meier, Klaus (Hg.), Internet-Journalismus. Konstanz 2002

Meyn, Hermann/Chill, Hanni: Massenmedien in Deutschland, Konstanz 2004.

Neu, Hajo/Breitwieser, Jochen: Public Relations. Die besten Tricks der Medienprofis, Göttingen 2005

Pauli, Knut S., Leitfaden für die Pressearbeit. Anregungen, Beispiele, Checklisten, München 2004

Reppesgaard, Lars, Das Google Imperium Hamburg 2008

Ruß-Mohl, Stephan, Kreative Zerstörung, Niedergang und Neuerfindung des Zeitungsjournalismus in den USA, UVK Verlag 2009

Schmidt, Siegfried J./Zurstiege, Guido: Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will, Reinbek bei Hamburg 2000.

Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef: Handbuch des Journalismus, Reinbek bei Hamburg 2000

Schulz-Bruhdoehl/ Fürstenau, Katja: Die PR- und Pressefibel, Frankfurt 2008

Schulz-Bruhdoehl, Norbert /Michael Bechtel, Medienarbeit 2.0. Cross-Media-Lösungen. Das Praxisbuch für PR und Journalismus für morgen, Frankfurt 2009

Von LaRoche, Walter: Einführung in den praktischen Journalismus, Berlin 2008

Weischenberg, Siegfried: Nachrichten-Journalismus. Anleitungen und Qualitäts-Standards für die Medienpraxis, Wiesbaden 2001

Wilmes, Frank, Krisen-PR – Alles eine Frage der Taktik. Die besten Tricks für eine wirksame Offensive, Göttingen 2006

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Referat

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Regelmäßige Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Prüfungsform in diesem Modul besteht aus einem Referat oder einer Hausarbeit im Seminar Medienarbeit, der erfolgreichen Teilnahme an einer Vorlesung zur visuellen Kommunikation sowie Arbeitsproben (assignments) in der Übung Medienarbeit und regelmäßiger Teilnahme an der Vorlesung "Grundlagen der visuellen Kommunikation" als Leistungsnachweis.

Prüfungsanforderungen



Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Grundlagen der Kommunikationspsychologie und Kommunikationssoziologie

Introduction to the Psychology and Sociology of Communication

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0025 (Version 2.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0025

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Ziel des Moduls ist der Erwerb grundlegender Kenntnisse über die soziologischen und sozialpsychologischen Grundlagen menschlicher Kommunikation sowie über die Spezifika interpersonaler Kommunikationsprozesse.

Lehrinhalte

1. Grundlagen einer Psychologie der Kommunikation: Gehirn, Bewusstsein, Wahrnehmung
2. Strukturen schaffen, Strukturen lernen: Prototypen und Skripte
3. Gibt es die Wirklichkeit? Die konstruktivistische Perspektive auf Kommunikation
4. Andere Kulturen wahrnehmen: Von sozialen Repräsentationen und Kulturstereotypen.
5. Andere wahrnehmen, andere beschreiben: Personenwahrnehmung und Attribution
6. Impression Management: Selbstdarstellung im Alltag
7. Wie wir uns verständigen: Kommunikative Funktionen verbaler und nonverbaler Äußerungen
8. Bedeutungen sind nicht statisch, sondern situation: Der Ansatz des Symbolischen Interaktionismus
9. Kann Verständigung gelingen? Die Theorie kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas
10. Wenn Verständigung nicht gelingt: Kommunikationsstörungen
11. Gemeinsam sind wir stark: Gruppenkommunikation

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über ein breit angelegtes allgemeines Wissen über die grundlegenden soziologischen und psychologischen Kommunikationstheorien. Sie erkennen Kommunikation und Verständigung als Basis ihres zukünftigen Berufsfeldes.

Wissensvertiefung

Die Studierenden unterscheiden spezifische Probleme der Kommunikation in Gruppen und Organisationen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden ordnen verschiedene theoretische Ansätze in einen größeren Theoriezusammenhang ein.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden beschreiben und analysieren den Ablauf von Kommunikationsprozessen und diagnostizieren und erklären mögliche Störungen von Kommunikation.

Können - systemische Kompetenz

Sie kennen verschiedene Lösungsmöglichkeiten zur Korrektur gestörter Kommunikationsprozesse und wenden diese problembezogen in vertrauten und nicht vertrauten Kontexten an.

Lehr-/Lernmethoden

Das Modul besteht aus einer Vorlesung und einem begleitenden Seminar.

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Schütte, Dagmar

Lehrende

Schütte, Dagmar

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
---------------	---------

30	Vorlesungen
----	-------------

30	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
---------------	---------

35	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

35	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

20	Literaturstudium
----	------------------

Literatur

- Abels, Heinz (2007): Einführung in die Soziologie. Band 1: Der Blick auf die Gesellschaft. 3. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Bierhoff, Hans-Werner/Frey, Dieter (Hrsg.) (2006): Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen: Hogrefe.
- Burkart, Roland/Hömberg, Walter (Hrsg.) (2004): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. 3., überarb. und erw. Auflage. Wien: Braumüller.
- Cranach, Mario von (1995): Über das Wissen sozialer Systeme. In: Psychologie des Sozialen. Repräsentationen in Wissen und Sprache. Hrsg. von Uwe Flick. Reinbek: Rowohlt, 23-53.
- Etzrodt, Christian (2003): Sozialwissenschaftliche Handlungstheorien. Eine Einführung. Konstanz: UVK. (vor allem Kapitel 2.2 zum Symbolischen Interaktionismus).
- Fischer, Lorenz/Wiswede, Günter (2009): Grundlagen der Sozialpsychologie. 3. Auflage. München u.a.: Oldenbourg.
- Forgas, Joseph P. (1999): Soziale Interaktion und Kommunikation. 4. Auflage. Weinheim u.a. PsychologieVerlagsUnion.
- Frey, Dieter/Greif, Siegfried (Hrsg.) (1997): Sozialpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. 4. Auflage. Weinheim: PVU.
- Krallmann, Dieter/Ziemann, Andreas (2001): Grundkurs Kommunikationswissenschaft. München: Fink.
- Lenke, Nils/Lutz, Hans-Dieter/Sprenger, Michael (1995): Grundlagen sprachlicher Kommunikation. München: Fink.
- Meyen, Michael/Löblich, Maria (2006): Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK.
- Miebach, Bernhard (2006): Soziologische Handlungstheorie. Eine Einführung. 2., grundlegend

überarbeitete und aktualisierte Auflage. Konstanz: UVK.
Schneider, David J. (2004): The Psychology of Stereotyping. New York u.a.: The Guilford Press.
Schützeichel, Rainer (2004): Soziologische Kommunikationstheorien. Konstanz: UVK.
Treibel, Annette (2006): Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart. 7., aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS [relevant vor allem: Lektionen II, IV und VII].
Willke, Helmut (2005): Systemtheorie I: Grundlagen. 7. Auflage. Stuttgart: Lucius & Lucius.
Withalm, Gloria (2010): Zeichentheorien der Medien. In: Theorien der Medien. 2., überarbeitete Auflage. Hrsg. von Stefan Weber. Konstanz: UVK, 124-144.

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung
Klausur 2-stündig

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Bemerkung zur Prüfungsform

Klausur oder mündliche Prüfung als alternative Prüfungsformen. Darüber hinaus Arbeitsproben (assignments) im Rahmen der Vertiefungsseminare (unbenotet).

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Grundlagen des Kommunikationsmanagements

Basics in Communication Management

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0026 (Version 4.0) vom 17.02.2017

Modulkennung

74B0026

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Das Kommunikationsmanagement und hier insbesondere die Öffentlichkeitsarbeit / PR kann aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden: Welche Funktion hat sie für die Systeme der Gesamtgesellschaft (Wirtschaft, Politik, Journalismus etc.) (Makro), welche für deren Subsysteme, d. h. für die Organisationen (Meso) und welche für die darin agierenden Individuen (Mikro). Ferner speist das Kommunikationsmanagement seine Wissensbestände aus verschiedenen Disziplinen: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Soziologie, Betriebswirtschaftslehre, Politikwissenschaft, etc., wobei je spezifische Verfahren und Methoden eingesetzt werden. Vor diesen Interpretations- und Betrachtungsfolien erhalten die Studierenden ein interdisziplinär angelegtes Überblickswissen im Feld des Kommunikationsmanagements mit dem Fokus auf Öffentlichkeitsarbeit/PR.

Lehrinhalte

1. Interdisziplinarität als Basismerkmal und Funktion des Kommunikationsmanagements
 - 1.1. Kommunikationsmanagement und seine Wissensbestände
 - 1.2. PR aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht
 - 1.3. PR aus politikwissenschaftlicher Sicht
 - 1.4. PR aus sozialpsychologischer Sicht
 - 1.5. PR aus betriebswirtschaftlicher Sicht
2. Theoretische Fundierungen des Kommunikationsmanagements
 - 2.1. Funktionen von Theorien
 - 2.2. Organisationstheoretische Ansätze
 - 2.3. Systemtheoretisch-gesellschaftsorientierte Ansätze
 - 2.4. Konstruktivistische Ansätze
 - 2.5. Kritische Ansätze
 - 2.6. Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit
 - 2.7. Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit
 - 2.8. Integrierte Kommunikation
3. Ziele des Kommunikationsmanagements
4. Geschichte der PR
5. Tätigkeitsbereiche
 - 5.1. Berufsfelder
 - 5.2. Arbeitsfelder
6. Verfahren und Methoden des Kommunikationsmanagements und seiner Bezugsdisziplinen
7. Normative Rahmenbedingungen des Kommunikationsmanagements
 - 7.1. Recht
 - 7.2. Ethik

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ein Überblickswissen zum

Kommunikationsmanagement mit dem Fokus Öffentlichkeitsarbeit/PR. Die Studierenden beschreiben Tätigkeitsbereiche, Arbeitsschritte und Rahmenbedingungen der PR. Die Studierenden kennen die wesentlichen interdisziplinären Wissensbestandteile des Kommunikationsmanagement sowie das jeweilige Erkenntnisinteresse und die Methoden der Disziplinen (insbesondere Kommunikationswissenschaft und Betriebswirtschaftslehre).

Wissensvertiefung

Die Studierenden lernen zu unterscheiden zwischen normativen Berufsvorgaben und der faktischen Berufspraxis. Sie können die historische Entwicklung des Berufsfeldes in wesentlichen Zügen nachzeichnen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können die wesentlichen theoretischen Ansätze in groben Zügen wiedergeben und zueinander einordnen. Sie sind in der Lage, ethisch und rechtlich relevante Problemstellungen zu erkennen und das berufliche Verhalten entsprechend normativ einzuordnen.

Lehr-/Lernmethoden

Die Veranstaltung wird als Vorlesung durchgeführt und von einem Seminar zu den Perspektiven des Kommunikationsmanagements begleitet. Die Studierenden vertiefen durch Selbststudium vorgegebener Texte das dort vermittelte Wissen. In den vertiefenden seminaristischen Veranstaltungen erarbeiten die Studierenden anhand ausgewählter Texte bzw. durch eigenständige Recherche von Praxisbeispielen Referate, sogenannte Expertengruppen leiten die Gruppenarbeit. Dazu erhalten Sie eine Übersicht an Lehrmethoden aus der Hochschuldidaktik.

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine

Modulpromotor

Fuhrberg, Reinhold

Lehrende

Baum, Achim

Schwägerl, Christian

Fuhrberg, Reinhold

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Vorlesungen
----	-------------

30	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

40	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

25	Referate
----	----------

25	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Fröhlich, Romy, Peter Szyszka und Günter Bentele (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden.
Hoffjann, Olaf (2015): Public Relations. Konstanz/München.
Mast, Claudia (2016): Unternehmenskommunikation. Stuttgart.
Meckel, Miriam und Beat F. Schmid (Hg.) (2008): Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden.
Piwinger, Manfred und Ansgar Zerfaß (Hg.) (2014): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden.
Röttger, Ulrike, Joachim Preusse und Jana Schmitt (2011): Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Lehrbuch. Wiesbaden.
Röttger, Ulrike (Hg.) (2009): Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung. Wiesbaden.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Hausarbeit

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

Als Leistungsnachweis ist darüber hinaus ein Referat , eine Hausarbeit oder eine Arbeitsprobe (assignment) erforderlich.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Journalismus und PR

Journalism and Public Relations

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0028 (Version 5.0) vom 17.02.2017

Modulkennung

74B0028

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Das Spannungsverhältnis von Journalismus und PR soll aus verschiedenen Perspektiven analysiert, reflektiert und bewertet werden.

Die Studierenden lernen anhand ausgewählter Themen- und Ressortbereiche die Perspektiven und Interdependenzen von journalistischer Arbeit und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kennen. Dabei werden vor allem auch bekannte wissenschaftliche Thesen und Modelle zum Verhältnis von PR und Journalismus analysiert. Ferner erfolgt in diesem Modul eine intensive Auseinandersetzung mit den ethischen und rechtlichen Standards des Kommunikationsmanagements.

Darüber hinaus dient das integrierte Praxisprojekt im redaktionellen Bereich eines journalistisch arbeitenden Mediums (Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk, Fernsehen, ggfs. Online-Redaktion) der Integration praktischer Tätigkeiten in das Studium ebenso wie der wissenschaftlichen Reflexion über das Berufsfeld Journalismus und sein Verhältnis zu Öffentlichkeitsarbeit und PR. Sie sind ein Studienelement des reflektierten Lernens und sollen durch teilnehmende Beobachtung eine schnelle Eingliederung in die berufliche Praxis fördern. In diesem Sinne werden sie durch entsprechende Praktikumsberichte der Studierenden und durch Einführungsveranstaltungen und Praktikanten-Workshops begleitet.

Lehrinhalte

1. Theorieansätze

- 1.1. Determinationshypothese
- 1.2. Intereffikationsmodell
- 1.3. Vergleich der Studien und ihre Kritik

2. Normative Grundlagen:

- 2.1 Landespressegesetze
- 2.2 Trennungsgebot
- 2.3 Auskunftspflichten
- 2.4 Urheberrecht
- 2.5 Bundesdatenschutzgesetz
- 2.6 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

3. Diskussion von Fallbeispielen (aktuelle Studien zur Determinationsthese/ zum Intereffikationsmodell oder Entscheidungen zum Medienrecht)

4. Teilnehmende Beobachtung in Medienunternehmen (Überblick über die praktischen Kompetenzen des aktuellen Journalismus)

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein differenziertes Wissen über das Verhältnis von Journalismus und Public Relations.

Ihnen sind sowohl die gängigen theoretischen Ansätze vertraut als auch konkrete Fallbeispiele, die sich strukturell generalisieren lassen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, das komplexe Verhältnis zwischen Journalismus und PR zu reflektieren und die Schwächen respektive Stärken beider Perspektiven zu beschreiben.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind dazu in der Lage, Kommunikationsarbeit zielgruppenspezifisch zu konzeptionieren und dabei zwischen den Erfordernissen der journalistischen und der PR-Perspektive zu unterscheiden. Sie verfügen über wichtige normative Grundlagen ihres Berufsfeldes.

Können - kommunikative Kompetenz

Auf Grund ihres spezifischen Wissens sind die Studierenden in der Lage, die Erfordernisse des Kommunikationsprozesses zu erkennen und strategisch anzuwenden.

Können - systemische Kompetenz

Auf Grund ihrer komplexen Kenntnisse sind die Studierenden dazu in der Lage, ihre spezifische Rolle gegenüber Journalisten besser einschätzen zu können und entsprechende Verhaltensweisen daraus abzuleiten.

Lehr-/Lernmethoden

Seminar, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Praxisprojekt, Exkursion, studentische Referate, teilnehmende Beobachtung

Empfohlene Vorkenntnisse

Kenntnisse der Grundlagen der Kommunikation, der Public Relations und des Journalismus, Fertigkeiten in verschiedenen journalistischen Arbeitstechniken

Modulpromotor

Bloom-Schinnerl, Margareta

Lehrende

Baum, Achim

Bloom-Schinnerl, Margareta

Kirchhoff, Sabine

Leistungspunkte

15

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Seminare

30 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

60 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

40 Referate

40 Hausarbeiten

40 Kleingruppen

160 Praxisphase

20 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Altmeppen, Klaus-Dieter/Röttger, Ulrike, Bentele, Günter: Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR, Wiesbaden 2004.

Baerns, Barbara: Öffentlichkeitarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur Beschreibung von Medieninhalten, in: Publizistik 2/1979, S. 301-316.

Baerns, Barbara, Öffentlichkeitsarbeiter oder Journalismus. Zum Einfluss im Mediensystem, 1991.

Baerns, Barbara: Öffentlichkeitsarbeit und Erkenntnisinteressen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, in: Röttger, Ulrike (Hg.): Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung, Wiesbaden 2009, S. 285-297.

Barth, Henrike/Donsbach, Wolfgang: Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations. Fallstudie am Beispiel von Pressekonferenzen zu Umweltthemen, in: Publizistik 1992, S. 151-165.

Bentele, Günter: Journalismus und PR. Kontaktpflege, in: Der Journalist 7/1992, S. 11-14.

Bentele, Günter (1995): Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit – ein Diskussionsbeitrag – oder: Übereinnige Fehlinterpretationen von PR. Zu Joachim Westerbarkeys Aufsatz „Journalismus und Öffentlichkeit“, in: Publizistik 4/1995, S. 481-486.

Bentele, Günter/Liebert, Tobias/Seeling, Stefan: Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von PR und Journalismus. In: Bentele et al. (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen, Konstanz 1997, S. 225-250.

Bentele, Günter: Parasitentum oder Symbiose? Das Intereffikationsmodell in der Diskussion, in: Rolke, Lothar/Wolf, Volker (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern, Wiesbaden 1999, S. 177-194.

Bentele, Günter/Nothhaft, Howard: Das Intereffikationsmodell. Theoretische Weiterentwicklung, empirische Konkretisierung und Desiderate, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/Röttger, Ulrike/Bentele, Günter: Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR, Wiesbaden 2004, S. 67-104.

Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyska, Peter (Hg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln, Wiesbaden 2008.

Bieth, Tina: NGOs und Medien: Eine empirische Studie zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus, Springer-Verlag, Heidelberg 2012.

Branahl, Udo, Medienrecht. Eine Einführung, Wiesbaden 2010.

Fechner, Frank/Mayer, Johannes C.: Medienrecht. Vorschriftensammlung, München 2010.

Fengler, Susanne/Ruß-Mohl, Stephan: Unternehmenskommunikation und Journalismus: Ökonomische Analyse einer ungleichen Partnerschaft. In: Zerfaß, A./Piwinger, M.: Handbuch Unternehmenskommunikation, 2014, S. 233-252.

Koch, Thomas/Obermaier, Magdalena: Research-in-brief. Schwieriger Spagat. Eine quantitative Befragung freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich, in: Studies in Communication/Media, 1/2013, S. 115-127.

Raupp, Juliana: Determinationsthese, in: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyska, Peter (Hg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln, Wiesbaden 2008, S. 192-208.

Rolke, Lothar: Journalisten und PR-Manager – eine antagonistische Partnerschaft mit offener Zukunft, in: Rolke, Lothar/Wolf, Volker (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern, Wiesbaden 1999, S. 223-248.

Rühl, Manfred: Journalismus und Public Relations: Theoriegeschichte zweier weltgesellschaftlicher Errungenschaften, Springer-Verlag, Heidelberg 2014.

Ruß-Mohl, Stephan (1999): Spoonfeeding, Spinning, Whistleblowing. Beispiel USA: Wie sich die Machtbalance zwischen PR und Journalismus verschiebt. In: Rolke, Lothar/Wolf, Volker (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern, Wiesbaden 1999, S. 163-176.

Saffarnia, Pierre A.: Determiniert Öffentlichkeitsarbeit tatsächlich den Journalismus?, in: Publizistik, 1993, S. 412-425.

Schantel, Alexandra: Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR-Journalismus-Beziehung, in: Publizistik 2000, S. 70- 88.

Vesper, Sebastian A./Pfeffer, Gerhard A.: PR-Boom: Viel Licht und wenig Schatten. In: PR-Report, 7. April 2000, S. 11-16.

Unverzagt, Alexander, Claudia Gips, Handbuch PR-Recht, Berlin 2010.

Weischenberg, Siegfried: Fußballspieler, Parasiten und Trittbrettfahrer, in: PR-Forum 3/2000, S. 121-122.

Westerbarkey, Joachim: Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration, in: Publizistik 2/1995, S. 152-162.

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Referat

Präsentation

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Präsentation

Referat

Regelmäßige Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Prüfungsform in diesem Modul besteht aus

1. einer 2-stündigen Klausur (alternativ Referat, Hausarbeit, Präsentation), die mit 50% in die Wertung

eingeht,

2. einem Referat oder einer Präsentation im Rahmen des Themenseminars "Journalismus" (50%)

Darüber hinaus sind die erfolgreiche Teilnahme an einem Medienpraktikum sowie ein Referat, eine Präsentation oder Arbeitsproben/assignments im Rahmen der Veranstaltung "Ethik der PR" als Leistungsnachweis erforderlich.

Des Weiteren wird eine kontinuierliche Mitarbeit und die Erledigung kürzerer Arbeitsaufträge erwartet. Die Studierenden nehmen an regelmäßigen Praxis-Workshops teil und haben die Möglichkeit eines Online-Coachings in Kleingruppen.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Kommunikationskonzept

Communication Planning

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0036 (Version 7.0) vom 17.02.2017

Modulkennung

74B0036

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Die Konzeptionslehre bildet innerhalb des Kommunikationsmanagements die Grundlage für strategisch und taktisch ausgerichtete Kommunikation. Dieses Modul will den Studierenden die theoretischen Grundlagen des Prozesses der Kommunikationsplanung und -steuerung vermitteln und in den Kontext publizistik- und kommunikationswissenschaftlicher Wissensbestände stellen.

Lehrinhalte

1. Arbeitsschritte des Kommunikationsmanagements
 - 1.1. Situationsanalyse
 - 1.2. SWOT-Analyse
 - 1.3. Positionierung
 - 1.4. Ziele, Zielgruppen/Anspruchsgruppen
 - 1.5. Strategie, Taktik
 - 1.6. Maßnahmenplanung, Umsetzung, Kontakt
 - 1.7. Budgetierung
 - 1.8. Evaluation
2. Kommunikationsinstrumente
 - 2.1. Massenmedial
 - 2.2. Medial vermittelt
 - 2.3. Interpersonal
 - 2.4. Mischformen: Online Kommunikation, Social Media
 - 2.5. Auswahlkriterien
3. Reflexion Soll vs. Sein der Konzeption

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen und verstehen die Arbeitsschritte der Kommunikationsplanung und damit der Konzeptionserstellung.

Wissensvertiefung

Sie verstehen die Arbeitsschritte des Konzeptionsprozesses und sind in der Lage, diesen hinsichtlich seiner Umsetzung zu bewerten.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie erstellen die kommunikative Analyse und Bewertung von Situationen, bestimmen differenziert Ziel- bzw. Anspruchsgruppen, setzen operationalisierbare Kommunikationsziele sowie unterschiedliche Strategiemodelle. Sie sind in der Lage, die Planungsmodelle umzusetzen.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie können die Konzeptionen vermitteln.

Lehr-/Lernmethoden

Seminarform sowie angeleitetes Selbststudium, Praxisprojekt, d. h. reales Konzeptionsprojekt, mit Präsentation vor Auftraggeber

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Fuhrberg, Reinhold

Lehrende

Dirkers, Detlev

Fuhrberg, Reinhold

Malczok, Melanie

Trüün, Yvonne; Schedifka, Therese

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
---------------	---------

30	Seminare
----	----------

30	Übungen
----	---------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
---------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

20	Kleingruppen
----	--------------

20	Literaturstudium
----	------------------

20	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Bentele, Günter und Howard Nothaft (2015): Strategie und Konzeption: Die Lehre der strategischen Kommunikation. In: Fröhlich, Romy, Peter Szyszka und Günter Bentele (Hg.): Handbuch der Public Relations. Wiesbaden, S. 697-713.

Bentele, Günter und Howard Nothaft (2014): Konzeption von Kommunikationsprogrammen. In: Manfred Piwinger und Ansgar Zerfaß (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden, S. 607-632.

Dörrbecker, Klaus und Renée Fissenwerth-Goßmann (1996): Wie PR-Profis PR-Konzeptionen entwickeln. Frankfurt a. Main.

Fissenwerth, Renée und Stephanie Schmidt (2002): Konzeptionspraxis. Frankfurt a. Main.

Leipziger, Jürgen W. (2004): Konzepte entwickeln. Handfeste Anleitung für bessere Kommunikation. Frankfurt a. Main.

Merten, Klaus (2013): Konzeption von Kommunikation. Theorie und Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements. Wiesbaden.

Schmidbauer, Klaus (2011): Vorsprung mit Konzept. Erfolgreiche Konzepte für die Unternehmens- und Marketingkommunikation entwickeln. Berlin.

Schmidbauer, Klaus und Eberhard Knödler-Bunte (2004): Das Kommunikationskonzept. Berlin.

von Senger, Harro (2009): 36 Strategeme für Manager. München.

Szyszka, Peter und Uta-Micaela Dürig (Hg.) (2008): Strategische Kommunikationsplanung. Konstanz.
Zimmermann, Rainer (2011): Das Strategiebuch. Frankfurt a. Main.

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Referat

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Klausur 1-stündig

Präsentation

Projektbericht

Bemerkung zur Prüfungsform

Alternative Prüfungsformen nach Maßgabe der Prüfer. Als Leistungsnachweis ist zudem die erfolgreiche Teilnahme an der Übung erforderlich.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Kommunikationsmanagement als Beruf

Communication Management as a Profession

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0029 (Version 5.0) vom 07.11.2016

Modulkennung

74B0029

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Das Kommunikationsmanagement umfasst unterschiedliche Ausprägungen von Berufsrollen (Manager vs. Techniker / Berater in Agenturen vs. Inhouse / Profit vs. Non Profit, privat vs. staatlich) und kann in unterschiedlichen Arbeits- und Berufsfeldern ausgeübt werden. Dazu ist spezifisches Know-how erforderlich. In diesem Modul sollen die Studierenden eine Übersicht bekommen und einzelne Felder kennen lernen, auf die sie sich später beruflich spezialisieren wollen. Dabei sollen auch Fragen der geschlechtsspezifischen Berufsrollenausübung und -zuweisung reflektiert werden.

Lehrinhalte

1. Kommunikationsmanager in der Organisationspraxis
 - 1.1 PR-Techniker/in vs. PR-Manager/in
 - 1.2 Agentur-Berater/in vs. Inhouse-Berater/in
 - 1.3 Unternehmen, Behörden, Non-Profit, Kultur, Wissenschaft, Politik als jeweils spezifisches Organisationsumfeld
 - 1.4 Funktionen, Jobs, Rollen, Aufgaben
 - 1.5 Formelle Hierarchien und informelle Machtbeziehungen
 - 1.6 Theorien der Organisationsberatung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich abgeschlossen haben, kennen die wesentlichen PR-Rollen und können dabei geschlechtsspezifische Fragestellungen erkennen. Ferner haben sie ein Überblickswissen hinsichtlich der Arbeits- und Berufsfelder des Kommunikationsmanagements.

Wissensvertiefung

In ausgewählten Arbeits- und Berufsfeldern verfügen sie über ein detailliertes Fachwissen, das sie auch praktisch anwenden können.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie sind in der Lage, spezifische Rollen-Probleme sowie Probleme innerhalb der Arbeitsfelder zu identifizieren und eigenständig Problemlösungen zu entwickeln.

Lehr-/Lernmethoden

Seminare, ggf. auch mit Exkursionen durchgeführt werden, in denen die Studierenden in Unternehmen und anderen Organisationen typische Berufs- und Handlungsfelder kennenlernen.

Empfohlene Vorkenntnisse

Kenntnisse über die Rolle der Kommunikation für Organisationen, über den Arbeits- und Strategieprozess des Kommunikationsmanagements, über die Rolle von Organisationen in der Gesellschaft sowie über das Mediensystem.

Modulpromotor

Fuhrberg, Reinhold

Lehrende

Dirkers, Detlev

Fuhrberg, Reinhold

Knorre, Susanne

Harden, Lars

Osterheider, Felix

Schwägerl, Christian

Kirchhoff, Sabine

Baum, Achim

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Seminare
----	----------

30	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Referate
----	----------

30	Exkursionen, Gäste
----	--------------------

Literatur

Bentele, Günter, Tobias Liebert und Michael Vogt (Hg.) (2001): PR für Verbände und Organisationen. Fallstudien aus der Praxis. Neuwied.

Fröhlich, Romy, Peter Szyszka und Günter Bentele (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden.

Fuhrberg, Reinhold (2010): PR-Beratung. Qualitative Analyse der Zusammenarbeit zwischen PR-Agenturen und Kunden. Konstanz.

Kleinfeld, Ralf, Annette E. Zimmer und Ulrich Willems (Hg.) (2007): Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien. Wiesbaden.

Merkle, Hans (2003): Lobbying. Das Praxishandbuch für Unternehmen. Darmstadt.

Möhrle, Hartwin (Hg.) (2016): Krisen-PR: Risiken und Krisen souverän managen - Das Handbuch der Kommunikations-Profis. Frankfurt a. Main.

Nothhaft, Howard (2011): Kommunikationsmanagement als professionelle Organisationspraxis, Wiesbaden

Piwinger, Manfred und Ansgar Zerfaß (Hg.) (2014): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden.

Röttger, Ulrike und Sarah Zielmann (Hg.) (2009): PR-Beratung. Theoretische Konzepte und empirische Befunde. Wiesbaden.

Saam, Nicole J. (2007): Organisation und Beratung. Ein Lehrbuch zu Grundlagen und Theorien. Hamburg.

Szyszka, Peter, Dagmar Schütte, Katharina Urbahn (2010): Public Relations in Deutschland. Konstanz



Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung
Hausarbeit
Klausur 2-stündig
Referat

Unbenotete Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsform

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Kommunikationsmanagement als Beruf

Communication Management as a Profession

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0072 (Version 4.0) vom 27.02.2018

Modulkennung

74B0072

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Das Kommunikationsmanagement umfasst unterschiedliche Ausprägungen von Berufsrollen (Manager vs. Techniker / Berater in Agenturen vs. Inhouse / Profit vs. Non Profit, privat vs. staatlich) und kann in unterschiedlichen Arbeits- und Berufsfeldern ausgeübt werden. Dazu ist spezifisches Know-how erforderlich. In diesem Modul sollen die Studierenden eine Übersicht bekommen und einzelne Felder kennen lernen, auf die sie sich später beruflich spezialisieren wollen. Dabei sollen auch Fragen der geschlechtsspezifischen Berufsrollenausübung und -zuweisung reflektiert werden.

Lehrinhalte

1. Kommunikationsmanager in der Organisationspraxis
 - 1.1 PR-Techniker/in vs. PR-Manager/in
 - 1.2 Agentur-Berater/in vs. Inhouse-Berater/in
 - 1.3 Unternehmen, Behörden, Non-Profit, Kultur, Wissenschaft, Politik als jeweils spezifisches Organisationsumfeld
 - 1.4 Funktionen, Jobs, Rollen, Aufgaben
 - 1.5 Formelle Hierarchien und informelle Machtbeziehungen
 - 1.6 Theorien der Organisationsberatung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich abgeschlossen haben, kennen die wesentlichen PR-Rollen und können dabei geschlechtsspezifische Fragestellungen erkennen. Ferner haben sie ein Überblickswissen hinsichtlich der Arbeits- und Berufsfelder des Kommunikationsmanagements.

Wissensvertiefung

In ausgewählten Arbeits- und Berufsfeldern verfügen sie über ein detailliertes Fachwissen, das sie auch praktisch anwenden können.

Können - instrumentale Kompetenz

In ausgewählten Arbeits- und Berufsfeldern sind die Studierenden in der Lage, spezifische Arbeitsinstrumente einzusetzen.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie sind in der Lage, spezifische Rollen-Probleme sowie Probleme innerhalb der Arbeitsfelder zu identifizieren und eigenständig Problemlösungen zu entwickeln.

Lehr-/Lernmethoden

Seminare, ggf. auch mit Exkursionen durchgeführt werden, in denen die Studierenden in Unternehmen und anderen Organisationen typische Berufs- und Handlungsfelder kennenlernen.

Empfohlene Vorkenntnisse

Kenntnisse über die Rolle der Kommunikation für Organisationen, über den Arbeits- und Strategieprozess des Kommunikationsmanagements, über die Rolle von Organisationen in der Gesellschaft sowie über das Mediensystem.

Modulpromotor

Fuhrberg, Reinhold

Lehrende

Dirkers, Detlev

Fuhrberg, Reinhold

Knorre, Susanne

Harden, Lars

Umansky, Dimitrij

Osterheider, Felix

Schwägerl, Christian

Kirchhoff, Sabine

Baum, Achim

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

30 Seminare

30 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Referate

30 Exkursionen, Gäste

Literatur

Bentele, Günter, Tobias Liebert und Michael Vogt (Hg.) (2001): PR für Verbände und Organisationen. Fallstudien aus der Praxis. Neuwied.

Fröhlich, Romy, Peter Szyszka und Günter Bentele (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden.

Fuhrberg, Reinhold (2010): PR-Beratung. Qualitative Analyse der Zusammenarbeit zwischen PR-Agenturen und Kunden. Konstanz.

Kleinfeld, Ralf, Annette E. Zimmer und Ulrich Willems (Hg.) (2007): Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien. Wiesbaden.

Merkle, Hans (2003): Lobbying. Das Praxishandbuch für Unternehmen. Darmstadt.

Möhrle, Hartwin (Hg.) (2016): Krisen-PR: Risiken und Krisen souverän managen - Das Handbuch der Kommunikations-Profis. Frankfurt a. Main.

Nothhaft, Howard (2011): Kommunikationsmanagement als professionelle Organisationspraxis, Wiesbaden

Piwinger, Manfred und Ansgar Zerfaß (Hg.) (2014): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden.

Röttger, Ulrike und Sarah Zielmann (Hg.) (2009): PR-Beratung. Theoretische Konzepte und empirische Befunde. Wiesbaden.

Saam, Nicole J. (2007): Organisation und Beratung. Ein Lehrbuch zu Grundlagen und Theorien. Hamburg.

Szyszka, Peter, Dagmar Schütte, Katharina Urbahn (2010): Public Relations in Deutschland. Konstanz

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Referat

Unbenotete Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsform

je 50 Prozent der Prüfungsleistung

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Kommunikationsmanagement Tools

Communication Management Tools

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0030 (Version 4.0) vom 16.01.2017

Modulkennung

74B0030

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Kommunikationsmanagement vollzieht sich in unterschiedlichen Arbeitsfeldern, in denen jeweils spezifische handwerkliche Fähigkeiten und Fertigkeiten erforderlich sind. Dieses Modul gibt den Studierenden einen Überblick über die Arbeitsfelder und übt mit Ihnen die wichtigsten praktischen Arbeitstools ein.

Lehrinhalte

1. Arbeitsfelder
 - 1.1. Interne Kommunikation / Change Communication
 - 1.2. Integrierte Kommunikation
 - 1.3. Standort PR
 - 1.4. Produkt PR
 - 1.5. Public Affairs
 - 1.6. Financial Relations
 - 1.7. Issues Management
 - 1.8. Sponsoring
 - 1.9. Online Relations / Social Media
 - 1.10. Risiko-, Krisenkommunikation
 - 1.11. Crosscultural Communication
 - 1.12. Guerilla Marketing
 - 1.13. Externe Beratung (Agentur / Consultant)
2. Handwerkskasten
 - 2.1. Recherchertools
 - 2.2. Verteilererstellung
 - 2.3. Kalkulationshilfen
 - 2.4. Dienstleister
 - 2.5. Veranstaltungsmanagement
 - 2.6. Hörfunk-, Materndienst
 - 2.7. Fotorecherchen
 - 2.8. Ad hoc Publizität

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über ein Überblickswissen bezüglich der Arbeitsfelder des Kommunikationsmanagements. Sie kennen dabei deren zentrale Aufgaben und Instrumente.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, einfache handwerkliche Anforderungen des Kommunikationsmanagements zu verstehen.

Können - instrumentale Kompetenz

Darüber hinaus setzen sie handwerkliche Standardverfahren in Übungen um.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden erkennen aus Problemstellungen den erforderlichen Handlungsbedarf und zeigen handwerkliche Lösungsmöglichkeiten, deren Stärken und Schwächen sie beurteilen können.

Lehr-/Lernmethoden

Ringvorlesung sowie angeleitetes Selbststudium. In nachgelagerten Gruppenarbeiten und Übungen sollen die Studierenden die erworbenen Wissensbestände ausprobieren und vertiefen.

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Kenntnisse über Kommunikationsmanagement und Organisationskommunikation

Modulpromotor

Fuhrberg, Reinhold

Lehrende

Baum, Achim

Dirkers, Detlev

Fuhrberg, Reinhold

Knorre, Susanne

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Vorlesungen
----	-------------

30	Übungen
----	---------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Literaturstudium
----	------------------

30	Kleingruppen
----	--------------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

Literatur

Bentele, Günter, Manfred Piwinger und Gregor Schönborn (2001ff.): Kommunikationsmanagement. Neuwied [u. a.]. [Loseblattsammlung]

Behrens-Schneider, Claudia; Birven, Sabine (2007): Events und Veranstaltungen organisieren. 2. Auflage. Heidelberg.

Fröhlich, Romy, Peter Szyszka und Günter Bentele (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden.

Meckel, Miriam und Beat F. Schmid (Hg.) (2008): Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden.

Piwinger, Manfred und Ansgar Zerfaß (Hg.) (2014): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden.
Szyzka, Peter, Dagmar Schütte und Katharina Urbahn (2009): Public Relations in Deutschland. Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Konstanz.
Bruhn, Manfred (2009): Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz. Wiesbaden.
Buchholz, Ulrike und Susanne Knorre (2010): Grundlagen der internen Unternehmenskommunikation. Berlin.
Falkenberg, Viola (2008): Pressemitteilungen schreiben. 5., vollständig überarbeitete Auflage. Frankfurt am Main.
Franck, Norbert (2008): Praxiswissen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – Ein Leitfaden für Verbände, Vereine und Institutionen. Wiesbaden.
Fuhrberg, Reinhold (2010): PR-Beratung. Qualitative Analyse der Zusammenarbeit zwischen PR-Agenturen und Kunden. Konstanz.
Görg, Ulrich (2005): Claims - Claiming als Wertschöpfungsinstrument der Markenführung. Offenbach.
Herbst, Dieter (2009): Corporate Identity. 4. Auflage. Berlin.
Holzbaur, Ulrich et al. (2005): Eventmanagement – Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. Berlin, Heidelberg.
Kielholz, Annette (2008): Online-Kommunikation. Die Psychologie der neuen Medien für die Berufspraxis. Heidelberg.
Kneschke, Robert (2010): Stockfotografie – Geld verdienen mit eigenen Fotos. Heidelberg.
Köppl, Peter (2003): Power Lobbying: Das Praxishandbuch der Public Affairs. Wie professionelles Lobbying die Unternehmenserfolge absichert und steigert. Wien.
Laumer, Ralf und Jürgen Pütz (2006): Krisen-PR in der Praxis. Wie Kommunikations-Profis mit Krisen umgehen. Münster.
Matzer, Michael; Lohse, Hartwig (2007): Dateiformate – ODF, DOCX, PSD, SMIL, WAV & Co.: Einsatz und Konvertierung. Siegen.
Mehrmann, Elisabeth, Irmhild Plaetrich (2003): Der Veranstaltungsmanager. München.
Pauli, Knut S. (2004): Leitfaden für die Pressearbeit – Anregungen, Beispiele, Checklisten. 3. Auflage. München.
Puttenat, Daniela (2007): Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – Eine Einführung in professionelle PR und Unternehmenskommunikation. Wiesbaden.
Ruisinger, Dominik (2007): Online Relations. Leitfaden für moderne PR im Netz. Stuttgart.
Samland, Bernd M. (2006): Unverwechselbar - Name, Claim und Marke. Freiburg, Berlin, München.
Schick, Siegfried (2005): Interne Unternehmenskommunikation. Strategie entwickeln, Strukturen schaffen, Prozesse steuern. Stuttgart.
Schmitt, Irmtraud (2005): Praxishandbuch Event Management. Wiesbaden
Schneider, Andreas und René Schmidpeter (2015): Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. Wiesbaden.
Welling, Monika (2005): Guerilla Marketing in der Marktkommunikation. Eine Systematisierung und kritische Analyse mit Anwendungsbeispielen. Aachen.
Zerfaß, Ansgar und Thomas Pleil (2012): Handbuch Online-PR: Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. Konstanz.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

In der Übung sind Arbeitsaufgaben (assignments) zu erbringen oder ein Referat zu halten.

Prüfungsanforderungen

Dauer



1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Mediensystem

The German Media System

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0038 (Version 4.0) vom 07.11.2016

Modulkennung

74B0038

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Um erfolgreiche Medienarbeit leisten zu können und um medial vermittelte öffentliche Meinung erkennen und analysieren zu können, sind profunde Kenntnisse über die Grundlagen der Öffentlichkeit und den modernen Journalismus sowie über deren Ausprägungen in verschiedenen Mediensystemen unabdingbare Voraussetzung. Die Studierenden sollen einen Überblick über Organisationsstrukturen, ökonomische Grundlagen und Marktentwicklungen sowohl der Print- als auch der AV- und Online-Medien erhalten. Durch planmäßige und sorgfältige Medienrezeption sollen sie aktuelle Entwicklungen erkennen.

Lehrinhalte

1. Öffentlichkeit und Journalismus
2. Mediensystem Print
3. Mediensystem AV
4. Mediensystem Online
5. Medienökonomie
6. Medienethik

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein breit angelegtes allgemeines Wissen bezüglich der modernen Öffentlichkeit, des Journalismus und deren Ausprägungen in Mediensystemen. Sie sind dazu in der Lage, aktuelle Entwicklungen und zukünftige Trends prognostizieren zu können.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verstehen die Komplexität des Mediensystems und seine vielschichtigen Interdependenzen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können durch planmäßige und kontinuierliche Medienrezeption aktuelle Entwicklungen erkennen und bewerten.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können ihr Wissen und ihre fundierte Einschätzung der aktuellen Entwicklungen des Mediensystems im Rahmen ihrer Medienarbeit argumentativ vertreten und einsetzen.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden verfügen über ein profundes Medienwissen und erkennen, analysieren und bewerten aktuelle Entwicklungstendenzen im Zusammenspiel von Öffentlichkeit, Journalismus und anderen Medienakteuren.

Lehr-/Lernmethoden

Diese Veranstaltung wird als Vorlesung und als Lektürekurs durchgeführt.

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Baum, Achim

Lehrende

Baum, Achim

Bloom-Schinnerl, Margareta

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

40	Vorlesungen
----	-------------

20	Lektürekurs
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

20	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

40	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

30	Literaturstudium
----	------------------

Literatur

Meyn, Hermann: Massenmedien in Deutschland, Konstanz 2004.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Unbenotete Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsform

Prüfungsanforderungen

Dauer



1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Öffentlichkeitsarbeit in Agenturen und Unternehmen (Praxisphase 1)

Public Relations Internship I

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0045 (Version 2.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0045

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Praxisprojekte in Unternehmen und Agenturen dienen der Integration praktischer Tätigkeiten in das Studium ebenso wie der wissenschaftlichen Reflexion über das Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit und PR. Sie ermöglichen sowohl eine Orientierung innerhalb des breit ausdifferenzierten Berufsfelds der PR als auch der - wissenschaftlich begleiteten - Einübung praktischer Fähigkeiten. Durch eine teilnehmende Beobachtung werden zudem praktische Sozialisationsprozesse sichtbar gemacht. In diesem Sinne werden sie durch entsprechende Praktikumsberichte der Studierenden und durch Einführungsveranstaltungen und Praktikanten-Workshops begleitet.

Lehrinhalte

1. Teilnehmende Beobachtung in Unternehmen bzw. Agenturen der PR-Branche.
2. Erste praktisch angeleitete Einübung in die Handlungsfelder von PR und Öffentlichkeitsarbeit.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, beschreiben die wesentlichen primären und sekundären Handlungsfelder und Arbeitsabläufe in PR-Agenturen und in der Unternehmenskommunikation. Sie erkennen die Bedeutung und den Einfluss von Kommunikationsmaßnahmen im Gesamtzusammenhang ihres marktlichen und gesellschaftlichen Umfeldes.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können die Maßnahmen und Techniken praktischer PR-Aufgaben darstellen und diskutieren.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie können die Instrumente der Analyse, Konzeption und Umsetzung relevanter Kommunikationsaktivitäten in definierten Beispielen anwenden.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie vermitteln auch komplexere Ideen in einer strukturierten und zusammenhängenden Form, indem sie verschiedene mündliche und schriftliche Kommunikationsformen (Diskussionsbeitrag, Präsentation, Vortrag, Aufsatz) sowohl in bekannten als auch in unbekanntem Kontexten effektiv einsetzen.

Können - systemische Kompetenz

An praktischen Fallbeispielen aus dem Alltag von Unternehmenskommunikation und PR-Agenturen führen sie geplante Kommunikationsmaßnahmen durch und können deren Effekte abschätzen.

Lehr-/Lernmethoden

teilnehmende Beobachtung

Empfohlene Vorkenntnisse

Neben Grundlagenkenntnissen über die Aufgaben des Kommunikationsmanagements benötigen die Studierenden strukturierte kommunikative Arbeitstechniken und Grundlagenkenntnisse über das Mediensystem

Modulpromotor

Baum, Achim

Lehrende

Baum, Achim

Schwägerl, Christian

Leistungspunkte

15

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

2	Online-Coaching
---	-----------------

22	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

360	Praxisphase
-----	-------------

42	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

24	Hausarbeiten
----	--------------

Literatur

Bentele, Günter: Public Relations in Forschung und Lehre, Wiesbaden 1994.

ders./Peter Szyzka (Hg.) (1995): PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven. Wiesbaden 1995.

Hinsch, Anja: Was wirklich zählt. In: PR Report, November 2004, S. 42-44.

Röttger, Ulrike (Hrsg.): Public Relations – Organisation und Profession.

Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie, 2. Aufl., VS-Verlag, Wiesbaden.

Schütte, Dagmar/Peter Szyzka/Katharina Urbahn (2009): Public Relations in Deutschland.

Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. UVK, Konstanz.

Prüfungsleistung

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment
Hausarbeit
Präsentation
Projektbericht

Bemerkung zur Prüfungsform

In diesem Modul gibt es keine benotete Prüfungsleistung. Der Praktikumsbericht sowie eine erfolgreiche Teilnahme an Praktikantenworkshop und Onlinecoaching sowie ein assignment (Datenbankteintrag) sind jedoch als Leistungsnachweise zu erbringen.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen und Agenturen (Praxisphase 2)

Public Relations Internship II

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0046 (Version 2.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0046

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Die Praxisprojekte in Unternehmen oder Agenturen dienen der Integration praktischer Tätigkeiten in das Studium ebenso wie der wissenschaftlichen Reflexion über das Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit und PR. Sie sind ein Studienelement des reflektierten Lernens und sollen durch teilnehmende Beobachtung eine schnelle Eingliederung in die berufliche Praxis sowie die Theorie/Praxis-Reflexion mit wissenschaftlichen Methoden fördern. In diesem Sinne werden sie durch entsprechende Praktikumsberichte der Studierenden und durch Einführungsveranstaltungen und Praktikanten-Workshops begleitet.

Lehrinhalte

1. Teilnehmende Beobachtung in Unternehmen bzw. Agenturen der PR-Branche.
2. Vertiefende praktische Einübung in konkrete Handlungsfelder von PR und Öffentlichkeitsarbeit (Pressearbeit, Erstellung von Strategien und Konzepten, Imageanalyse und –beratung, Mitarbeiterkommunikation, Krisen/Risikokommunikation)

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, können die wesentlichen Handlungsfelder und Arbeitsabläufe in PR-Agenturen und in der Unternehmenskommunikation strategisch planen, ein- und umsetzen. Sie schätzen die Bedeutung und den Einfluss von Kommunikationsmaßnahmen im Gesamtzusammenhang ihres marktlichen und gesellschaftlichen Umfeldes zutreffend ein und können verschiedene Konzepte effizient vergleichen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können die Maßnahmen und Techniken praktischer PR-Aufgaben gewichten und zielorientiert einsetzen.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie können die Instrumente der Analyse, Konzeption und Umsetzung relevanter Kommunikationsaktivitäten in selbst gewählten und definierten Beispielen anwenden und evaluieren.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie vermitteln auch komplexere Ideen in einer sehr gut strukturierten und zusammenhängenden Form, indem sie verschiedene mündliche und schriftliche Kommunikationsformen (Diskussionsbeitrag, Präsentation, Vortrag, Aufsatz) sowohl in selbst definierten als auch in unbekanntem Kontexten effektiv einsetzen.

Können - systemische Kompetenz

An praktischen Fallbeispielen aus dem Alltag der Unternehmenskommunikation und von PR-Agenturen führen sie Kommunikationsmaßnahmen durch, können deren Effekte abschätzen und evaluieren.

Lehr-/Lernmethoden

teilnehmende Beobachtung, Selbststudium, Übung, Planspiel, studentische Referate, Verhaltensbezogenes Training.

Empfohlene Vorkenntnisse

Systematische Kenntnisse über das Kommunikationsmanagement als Beruf, Erfahrungen im professionellen Umgang mit Journalismus, anwendbare Grundlagenkenntnisse der Kommunikationswissenschaft

Modulpromotor

Baum, Achim

Lehrende

Baum, Achim

Schwägerl, Christian

Leistungspunkte

15

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
---------------	---------

22	Seminare
----	----------

2	Online-Sprechstunden
---	----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
---------------	---------

360	Praxisphase
-----	-------------

42	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

24	Hausarbeiten
----	--------------

Literatur

Bentle, Günter: Public Relations in Forschung und Lehre, Wiesbaden 1994.

ders./Peter Szyzka (Hg.) (1995): PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven. Wiesbaden 1995.

Hinsch, Anja: Was wirklich zählt. In: PR Report, November 2004, S. 42-44.

Röttger, Ulrike (Hrsg.): Public Relations – Organisation und Profession.

Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie, 2. Aufl., VS-Verlag, Wiesbaden.

Schütte, Dagmar/Peter Szyzka/Katharina Urbahn (2009): Public Relations in Deutschland. Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. UVK, Konstanz.

Prüfungsleistung

Praxisbericht

Präsentation

Unbenotete Prüfungsleistung



Assignment
Praxisbericht
Präsentation

Bemerkung zur Prüfungsform

In diesem Modul gibt es keine benotete Prüfungsleistung. Der Praktikumsbericht sowie eine erfolgreiche Teilnahme am Praktikantenworkshop und Onlinecoaching sowie ein assginment (Datenbankeintrag) sind jedoch als Leistungsnachweise zu erbringen.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Präsentation und Pressearbeit

Rhetorics, Presentation Techniques and Journalistic Writing

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0041 (Version 4.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0041

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Das Modul ist zeitlich – und der Logik des Curriculums folgend – dem Studienprojekt 1 vorgelagert, um eine Abfolge zu gewährleisten, nach der die Studierenden zunächst fundiert und praxisnah in die gestalterischen Möglichkeiten von Kommunikationsprozessen, die Grundlagen der Pressearbeit sowie in die Techniken der Rhetorik und Präsentation eingeführt werden, um im folgenden Semester ihre Fähigkeiten an selbst erarbeiteten Inhalten innerhalb der konkreten Studienprojekte anwenden zu können.

Lehrinhalte

1. Grundlagen der Präsentation
 - 1.1. Konzept- und Wettbewerbspräsentationen
 - 1.2. Moderation, Mediation
 - 1.3. Verhandlungstechniken
 - 1.4. Betriebstheater
 - 1.5. ppt-Schulung
 - 1.6. Rhetorik
 - 1.7. Selbstdarstellung
2. Grundlagen der Pressearbeit
 - 2.1. Aufbau von Pressemitteilungen
 - 2.2. Journalistisches Schreiben: Terminankündigung schreiben, Pressemitteilungen schreiben, Überschriften entwickeln
 - 2.3. Stilfehler erkennen und revidieren
 - 2.4. Entwickeln einer Checkliste für vollständige, rechtssichere, fehlerfreie Pressemitteilungen
 - 2.5. Anlässe und Instrumente der Pressearbeit (Pressemitteilung, Pressekonferenz) aufeinander abstimmen
 - 2.6. Umgang mit Journalisten reflektieren

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über das grundlegende Basiswissen, wie Kommunikationstechniken zur Präsentation, Darstellung und Moderation eingesetzt werden. Ferner beherrschen sie die grundlegenden Fähigkeiten der Presse- und Medienarbeit.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, Konzepte für öffentliche Präsentationen und deren visuelle Gestaltung zu entwickeln und umzusetzen sowie die mediale Aufbereitung zielgruppenspezifischer Botschaften differenziert zu bewältigen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, Entwürfe für visuelle Gestaltung zu beurteilen, Konzepte zu präsentieren, Pressemitteilungen zu schreiben, Konzepte für deren

mediale Gestaltung zu entwerfen und gegenüber Journalisten erfolgreich zu vertreten.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über Präsentationskompetenz und sind dazu in der Lage, Informationen in einer gut strukturierten medialen Form darzubieten.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind dazu in der Lage, einfachere Aufgabenstellungen medial aufzubereiten und zu präsentieren.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Seminar, Gruppenarbeiten, Übung, studentische Referate, verhaltensbezogenes Training, Praxisprojekt, Einzel- und Gruppenarbeiten an Texten sowie mit verschiedenen Medien.

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagenkenntnisse über das Verhältnis von Medien und Gesellschaft, Kenntnisse der journalistischen Grundlagen

Modulpromotor

Kirchhoff, Sabine

Lehrende

Baum, Achim

Kirchhoff, Sabine

Häring, Benjamin

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Übungen
----	---------

15	Vorlesungen
----	-------------

5	Coaching
---	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

40	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

10	Kleingruppen
----	--------------

20	Referate
----	----------

Literatur

Schulz-Bruhdoel, Norbert / Katja Fürstenau: Die PR- und Pressefibel, Frankfurt a.M. 2008

Zehrt, Wolfgang, Die Pressemitteilung, Konstanz 2007

Jürg Häusermann, Journalistisches Texten, Konstanz 2005

Hoffmann, Volker: Überzeugend Vorträge halten, Berlin 2002

Hägg, Göran: Die Kunst, überzeugend zu reden, München 2003



Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Referat

Präsentation

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Regelmäßige Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

Als Prüfungsleistung werden eine Präsentation, ein Referat, Arbeitsproben (assignments) oder eine mündliche Prüfung gefordert. Als Leistungsnachweis darüber hinaus mind. 5 Pressemitteilungen (= Arbeitsproben/assignments) und das Redigieren von mind. 1 Pressemitteilung sowie regelmäßige Teilnahme gefordert.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Studium Generale I (KOMM)

General Studies I (COM)

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0050 (Version 6.0) vom 16.01.2017

Modulkennung

74B0050

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Im Studium Generale I werden die Grundlagen des Studierens vermittelt und gefestigt sowie eine Propädeutik des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt. Einen Überblick über die fachlichen Inhalte des künftigen Studiums bietet eine Ringvorlesung mit verschiedenen Lehrenden des Instituts. Das Seminar "Kommunikationsmanagement studieren" zeigt den Studierenden, was Studieren grundsätzlich bedeutet und worauf es in diesem speziellen Fachstudium ankommt.

Lehrinhalte

1. Propädeutik des wissenschaftlichen Arbeitens: Hier werden den Studierenden in einer Übung die fachspezifischen Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens (studiengangsbezogen) vermittelt.
2. Vorlesungen: Die Studierenden erhalten eine einführende Vorlesung, die sich mit allen disziplinären Schnittstellen des Kommunikationsmanagement befasst (etwa Politikwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft, Sprachwissenschaft usw.).
3. Seminar "Kommunikationsmanagement studieren": Was bedeutet Studieren heute? Und was bedeutet insbesondere "Kommunikationsmanagement studieren"? Was sind die grundlegenden Methoden des Fachs und wann wendet man sie an? Wie recherchiert man nach studienrelevanten Texten?

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, kennen die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie verfügen über ein Überblickswissen über das Kommunikationsmanagement im Kontext anderer Disziplinen und kennen die Denk- und Arbeitsweisen auch anderer als der eigenen Disziplin.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind in der Lage, nach wissenschaftlichen Kriterien Texte zu erstellen, d. h. wissenschaftliche Arbeiten zu verfassen. Sie sind mit Quellenarbeit, Zitationen sowie der Erstellung von Literaturnachweisen vertraut

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesungen (z.T. Ringvorlesungen) und Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Baum, Achim

Lehrende

Baum, Achim

Schütte, Dagmar

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

30 Vorlesungen

15 Übungen

15 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

20 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Prüfungsvorbereitung

40 Literaturstudium

Literatur

Esselborn-Krumbiegel, Helga (2002): Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. UTB. [oder neuere Auflage]

Franck, Norbert (2009): Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: Eine praktische Anleitung. UTB, Stuttgart.

Hug, Theo/Poscheschnik, Gerald (2010): Empirisch forschen. Die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium. Konstanz: UVK.

Karmasin, Matthias/Rainer Ribbing (2014): Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten, Diplomarbeiten und Dissertationen. 8., aktualisierte Auflage. Stuttgart.

Prüfungsleistung

Klausur 1-stündig

Assignment

Unbenotete Prüfungsleistung

Regelmäßige Teilnahme

Klausur 1-stündig

Assignment

Bemerkung zur Prüfungsform

Prüfungsanforderungen



Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Studium Generale II (IKM)

General Studies II

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0054 (Version 8.0) vom 18.04.2016

Modulkennung

74B0054

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Im Studium Generale II werden die im Studium Generale I vermittelten wissenschaftstheoretischen und propädeutischen Kenntnisse der Studierenden vertieft und ausgebaut. Mittels eines modularen Systems und der Kombination verschiedener didaktischer Methoden werden Inhalte nicht nur vermittelt, sondern auch in der Praxis eingeübt.

Lehrinhalte

Ein Seminar zum wissenschaftlichen Denken und Arbeiten vermittelt elementare wissenschaftstheoretische und methodologische Grundlagen wissenschaftlichen Forschens. In einer begleitenden Übung werden praktische Kenntnisse und Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt (Recherchieren, Literaturlauswertung, Gliederung einer wissenschaftlichen Arbeit u.a.). Aus einem umfangreichen Kursangebot des Learning Centers der Hochschule Osnabrück wählen die Studierenden dann zwei Angebote aus, in denen sie diese praktischen Fertigkeiten vertiefen wollen.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein breites wissenschaftstheoretisches Grundwissen und kennen die gängigen wissenschaftstheoretischen und methodologischen Ansätze und Konzepte, die für den Bereich der Sozialforschung relevant sind. Sie kennen die Standards wissenschaftlichen Arbeitens.

Wissensvertiefung

Studierende verstehen und bewerten unterschiedliche Zugänge zu einzelnen Problemstellungen und können geeignete Verfahren auswählen, um ihre wissenschaftlichen Fragestellungen zu bearbeiten und darzustellen.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie setzen wissenschaftspraktische Standardverfahren an, um eine erste wissenschaftliche Hausarbeit inhaltlich zu recherchieren, zu strukturieren und zu schreiben.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie zeigen in ihrer abschließenden Hausarbeit, dass sie die relevanten schriftlichen Kommunikationsformen sowie die vorbereitenden Techniken (Recherchetechniken, Lerntechniken, Schreibtechniken) beherrschen und sicher anwenden können.

Können - systemische Kompetenz

Eine vorgegebene Fragestellung können sie dabei eigenständig und auf der Basis einschlägiger Materialien und Methoden ausarbeiten, beurteilen, bearbeiten und darstellen.

Lehr-/Lernmethoden

Seminar, Übung sowie begleitende workshops.

Empfohlene Vorkenntnisse

Besuch des Moduls Studium Generale I.

Modulpromotor

Schütte, Dagmar

Lehrende

Häring, Benjamin

Schulz, Brigitte

Laumann, Maja

Umansky, Dimitrij

Baum, Achim

Schütte, Dagmar

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Seminare
----	----------

30	Übungen
----	---------

15	Workshops
----	-----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

20	Literaturstudium, Recherchen
----	------------------------------

20	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

35	Hausarbeiten
----	--------------

Literatur

Aeppli, Jürg/Gasser, Luciano/Gutzwiller, Eveline/Tettenborn, Annette (2014): Empirisches wissenschaftliches Arbeiten. Ein Studienbuch für die Bildungswissenschaften. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Sandberg, Berit (2013): Wissenschaftlich Arbeiten von Abbildung bis Zitat. 2. Auflage. München: Oldenbourg.

Prüfungsleistung

Unbenotete Prüfungsleistung



Hausarbeit

Erfolgreiche Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Studium Generale III (KOMM)

General Studies III

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0053 (Version 4.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0053

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Das programmübergreifende Studium Generale III ist grundsätzlich für alle an der Hochschule angebotenen BA-Studiengänge belegbar. Dort wird gesellschaftsbezogene und kulturgeschichtliche Allgemeinbildung der Studierenden verbreitert und in kommunikationsbezogenen Kontexten und in übergreifenden Projekten angewandt.

Lehrinhalte

Interdisziplinäre Betrachtung, Bearbeitung und Erforschung von Themen. Einige Themen im Rahmen des Studium Generale III werden in einer gewissen Regelmäßigkeit angeboten (zum Beispiel "Grundlagen der Interkulturellen Kommunikation"), wobei jeweils aktuelle Bezüge integriert werden; andere Angebote orientieren sich stärker an aktuellen Fragestellungen.

Auch englischsprachige Lehrangebote werden im Rahmen des Studium Generale III angeboten.

Die konkreten Lehrinhalte orientieren sich dabei jeweils an der Projektfragestellung und auch an den Vorstellungen und Bezügen, die die Studierenden selbst während der Arbeit im Projekt herstellen.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, vertiefen ihr Verständnis fachspezifischer und überfachlicher Erkenntnis- und Forschungsprozesse. Sie diskutieren exemplarische Probleme und Phänomene aus Kultur, Kommunikation und Wirtschaft vor dem Hintergrund eines interdisziplinären Wissenschaftsverständnisses.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind sich der fachübergreifenden, transdisziplinären Dimensionen der in den Einzeldisziplinen behandelten Themen und Probleme bewusst und können vor den komplexen Phänomenen ihres Studienschwerpunktes ggf. Perspektivwechsel vornehmen. Sie können Arbeits- und Forschungsprozesse vor dem Hintergrund disziplinspezifischer Herangehensweisen interpretieren und diskutieren.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, setzen Verfahren und Methoden der Disziplinen (Theaterpädagogik, Kommunikationsmanagement, Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsinformatik) ein, um gesellschaftliche Themen inter- und transdisziplinär zu analysieren und zu bearbeiten.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind in der Lage, aus unterschiedlichen Perspektiven Problemlösungen zu erstellen. Sie begründen Hypothesen und Lösungsansätze zielgruppenorientiert und wissensbasiert und stellen verschiedene Lösungsansätze einander gegenüber. Sie sind in der Lage, eigenes und gruppenbezogenes Forschungshandeln zu evaluieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die das Studium Generale III erfolgreich absolviert haben, sind bereit und in exemplarischen Arbeitsfeldern in der Lage, ihre Fertigkeiten und Fähigkeiten in nicht vertrauten Kontexten anzuwenden bzw. mit diesen Kontexten in eine problembezogene Kommunikation und gestalterische Interaktion zu treten.

Lehr-/Lernmethoden

Das Modul findet in Form von angeleiteten Projektarbeiten statt:

- Die Studierenden sollen in gemischt zusammengesetzten Projektgruppen Themen aus den Perspektiven der verschiedenen Disziplinen des Departments erarbeiten. Themen könnten etwa sein: Raum, Zeit, Öffentlichkeit, Inszenierung, Spaß, Gewalt, Bild (Selbstbild, Fremdbild, Selbstpräsentation, Lebende Bilder, Corporate Identity etc.), Kontrolle usw. Auch konkretere Themen sind denkbar: das Theater, die TV-Anstalt, die Organisation.
- Die Projekte können z. B. in zwei Kompaktwochen jeweils am Anfang und Ende des Semesters stattfinden (in der Zwischenzeit sind Recherchearbeiten in Kleingruppen möglich).
- Am Schluss der Projektarbeit steht – an einem hochschuloffenen Projekttag - eine gemeinsame Präsentation der jeweiligen Gruppe, die in den unterschiedlichsten Formen denkbar ist (z. B. Radio- oder Fernsehsendung, Broschüre, Aufführung, Unterrichtsgestaltung in der Schule etc.).
- Etwa vier bis sechs Projektgruppen (je ca. 20 bis 25 Personen) mit je einem/er Dozenten/in als Begleiter/in, von denen jeweils zwei Gruppen ein gemeinsam interessierendes Thema bearbeiten würden.
- Demonstriert und produktiv gemacht werden könnte innerhalb der Projektgruppe, wie man von der eigenen Disziplin her an ein Thema herangehen kann. Herausgearbeitet werden können und sollen dann die fachlichen Schnittstellen.

Die Projektgruppenarbeiten sind jeweils von Einführungs- bzw. Nachbereitungstagen mit seminaristischem Charakter gerahmt.

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Schütte, Dagmar

Lehrende

Baum, Achim

Häring, Benjamin

Bonczek, Frank Thomas

Dirkers, Detlev

Bloom-Schinnerl, Margareta

Behm, Meike

Renvert, Eva

Schütte, Dagmar

Kirchhoff, Sabine

Streisand, Marianne

Langeslag, Patrick

de Haan, Helen

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

1 betreute Kleingruppen

9 Einführung in die Projektarbeit (seminaristisch), Veranstaltungsvorbereitung

20 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

50 Kleingruppen

20 Literaturstudium

15 Prüfungsvorbereitung

25 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

10 Präsentationstag

Literatur

projektbezogen

Prüfungsleistung

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Präsentation

Bemerkung zur Prüfungsform

Abschlusspräsentation der Projektergebnisse als Leistungsnachweis und Arbeitsaufgaben im Projektverlauf.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Theorie-Praxis-Reflexion

Communication Management in Theory and Practice

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0066 (Version 5.0) vom 07.11.2016

Modulkennung

74B0066

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

"Nichts ist so praktisch wie eine gute Theorie". Je nach PR-theoretischem Ansatz lässt sich das Kommunikationsmanagement aus einer Mikro-, Meso- oder Makroperspektive betrachten. Organisations-, Marketing- oder gesellschaftstheoretische Sichtweisen haben immer auch Implikationen auf praktisches Handeln. Die Studierenden erhalten hier theoretische Reflektionsfolien für ihre wissenschaftlichen Projekte und Bachelorarbeiten sowie ihre spätere praktische Arbeit.

Lehrinhalte

1. Gesellschaftsorientierte Ansätze
 - 1.1. Systemtheoretische Ansätze (u. a. Ronneberger/Rühl)
 - 1.2. Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit
 - 1.3. PR als Konstrukt
 - 1.4. PR und Journalismus etc.
2. Marketingorientierte PR-Ansätze
 - 2.1. Klassischer Marketingansatz
 - 2.2. Gesellschaftsorientierte Marketingansätze
 - 2.3. Integrierte Kommunikation
 - 2.4. Kommunikation als Wertschöpfung, etc.
3. Organisationstheoretische PR-Ansätze
 - 3.1. CI-Ansatz
 - 3.2. Theorie der Unternehmenskommunikation
 - 3.3. Excellence in PR, etc.
4. Weitere Theorieansätze
 - 4.1. Kommunikationswissenschaftliche Theorieansätze (insbesondere Medienwirkungsforschung)
 - 4.2. Politische Theorien/Demokratietheorien
 - 4.3. Neue Institutionenökonomik
 - 4.4. etc.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen des Moduls überblicken und verstehen unterschiedliche Theorieansätze des Kommunikationsmanagements.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie unterziehen die Theorieansätze einer kritischen Analyse und sind in der Lage, diese auf praktisches Kommunikationsmanagement zu beziehen, soweit es der Theorieansatz erlaubt.

Können - systemische Kompetenz

Dadurch werden sie in die Lage versetzt, ihre Entscheidungen auf theoretischer Grundlage zu begründen sowie gegenüber der Organisation und Gesellschaft verantwortlich kommunikativ zu handeln.

Lehr-/Lernmethoden

Seminaristische Lehrveranstaltung, Selbststudium, Lektüresitzungen

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse Kommunikationsmanagement (Instrumente, Arbeitsschritte, Rahmenbedingungen), Kommunikation und deren Wirkungsmöglichkeiten, Marketing, Kenntnis des Mediensystems

Modulpromotor

Fuhrberg, Reinhold

Lehrende

Schwägerl, Christian

Fuhrberg, Reinhold

Knorre, Susanne

Kirchhoff, Sabine

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

20	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

60	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

40	Literaturstudium
----	------------------

Literatur

Burkart, Roland und Walter Hömberg (Hg.) (2014): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung, Wien: Braumüller.

Fröhlich, Romy, Peter Szyszka und Günter Bentele (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden.

Kunczik, Michael (2010): Public Relations. Konzepte und Theorien. Köln.

Miebach, Bernhard (2014): Soziologische Handlungstheorie. Eine Einführung. Wiesbaden.

Röttger, Ulrike (Hg.) (2009): Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung. Wiesbaden.

Winter, Carsten, Andreas Hepp und Friedrich Krotz (Hg.) (2008): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden.

Theis, Anna M. (2003): Organisationskommunikation. Theoretische Grundlagen und empirische Forschung. Opladen.

Zerfaß, Ansgar (2010): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Wiesbaden.

Zerfaß, Ansgar, Lars Rademacher und Stefan Wehmeier (Hg.) (2013): Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven. Wiesbaden.

Alemann, von Ulrich/ Forndran, Erhard (2005): Methodik der Politikwissenschaft. Eine Einführung in Arbeitstechnik und Forschungspraxis, Stuttgart.

Beyme, Klaus von(2000): Die Politischen Theorien der Gegenwart, Wiesbaden.

Schmidt, Manfred (2010): Demokratietheorien: Eine Einführung. Wiesbaden.

Steffani, Winfried (1980): Pluralistische Demokratie: Studien zur Theorie und Praxis. Opladen.

Goebel, Elisabeth (2002): Neue Institutionenökonomik. Konzepte und betriebswirtschaftliche Anwendungen. Stuttgart.

Mankiw, N. Gregory und Mark P. Taylor (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Stuttgart.

Richter, Rudolf, Furubotn, Eirik G. (2003): Neue Institutionenökonomik. Tübingen.

Simon, Fritz B. (2009): Einführung in die systemische Wirtschaftstheorie. Heidelberg .

Auer, Peter (2013). Sprachliche Interaktion. Eine Einführung anhand von 22 Klassikern. Berlin/Boston, Mass.

Brünner, Gisela (2000). Wirtschaftskommunikation. Tübingen.

Putnam, Linda L./Mumby, Dennis K. (Hg.) (2014).The Sage Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research, and Methods. London u. a.

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Referat

Unbenotete Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsform

Alternative Prüfungsformen nach Maßgabe der Prüfer.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Training Medienarbeit und Krisenkommunikation

Media Training and Crisis Communication

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0067 (Version 3.0) vom 13.10.2014

Modulkennung

74B0067

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Die Auseinandersetzung mit den Anforderungen der aktuellen Massenmedien gehört im Kommunikationsmanagement zum Tagesgeschäft. Dabei ist das spontane Auftreten in und gegenüber den Medien - etwa in Krisenfällen - ebenso bedeutsam wie die gut vorbereitete Pressekonferenz oder das ausführliche Studiointerview. Diese Situationen werden trainiert und optimiert.

Lehrinhalte

- Einführung in Grundlagen der Risiko- und Krisenkommunikation.
- Issues Management
- Social Media und Risikomanagement
- praktische Übungen:
 - Vorbereitung und Durchführung von Pressekonferenzen
 - Verhalten im Interview (verschiedene Medien)
 - Medienauftritt in Krisensituationen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, besitzen ein breites Wissen über die Anforderungen der aktuellen Medienberichterstattung und können jederzeit adäquat auf Anfragen der Medien reagieren. Sie sind ebenso in der Lage, proaktiv die Bedürfnisse der Massenmedien zu befriedigen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind aufgrund ihres tiefgehenden Wissens in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit gegenüber und in den Medien zu präsentieren.

Können - instrumentale Kompetenz

Dabei setzen sie - spontan und gut organisiert - alle notwendigen Techniken ein, die eine optimale Medienpräsenz gewährleisten.

Können - kommunikative Kompetenz

Ihre kommunikative Kompetenz wird durch alle wichtigen, mediengerechten Darstellungs- und Präsentationsformen abgerundet. Die Studierenden können souverän auch mit Konfliktsituationen im Medienauftritt umgehen.

Können - systemische Kompetenz

Darüber hinaus beherrschen sie die Techniken im Umgang mit Medien so sicher, dass sie auch in der Lage sind, entsprechendes Wissen in beruflichen Zusammenhängen weiter zu geben.

Lehr-/Lernmethoden

Medientraining unter realen Bedingungen in Hörfunk- und Fernsehstudio, Einübung journalistischer Darstellungsformen (insbes. Interviewtechniken), Übungen und Planspiele

Empfohlene Vorkenntnisse

Systematische Kenntnisse über Kommunikationsmanagement als Beruf, über das Mediensystem und den Journalismus

Modulpromotor

Baum, Achim

Lehrende

Hansen, Andrea

Rasper, Anke

Baum, Achim

Werding, Stefan

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

82 Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

68 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

Bentele, Günter (Hrsg.) (1999): Konflikte. Krisen und Kommunikationschancen in der Mediengesellschaft. Verlag Vistas. Berlin.

Blum, Ulrich et.al. (Hrsg.) (2003): Krisenkommunikation. Dt. Universitätsverlag.

Ditges, Florian et.al. (2008): Krisenkommunikation. UVK-Verlag. Konstanz.

Herbst, Dieter (2000): Krisen meistern mit PR: Ein Leitfaden für Kommunikationspraktiker. Verlag Business Village. Berlin

Homuth, Sebastian (2001): Wirksame Krisenkommunikation. Theorie und Praxis der Public Relations in Imagekrisen. Books on Demand GmbH. Norderstedt.

Klimke, Robert/Barbara Schott (1993): Die Kunst der Krisen-PR. Verlag Junfermann. Paderborn.

Konken, Michael (2002): Krisenkommunikation. Kommunikation als Mittel der Krisenbewältigung. FBV Medien Verlags GmbH.

Kullik, Claudia (2008): Public Relations und Risikomanagement. Polisphäre-Verlag. Berlin – München – Brüssel.

Kunczik, Michael (1995): Krisen-PR. Unternehmensstrategien im umweltsensiblen Bereich. Verlag Böhlau. Köln.

Möhrle, Hartwin (2004): Krisen-PR. Krisen erkennen, meistern und vorbeugen – ein Handbuch von Profis für Profis. F.A.Z.-Institut. Frankfurt a.M.

Reineke, Wolfgang (1997): Krisenmanagement. Richtiger Umgang mit den Medien in Krisensituationen. Verlag Stamm. Essen.

Westphal, Susanne (2003): Unternehmenskommunikation in Krisenzeiten. Glaubwürdig kommunizieren gegenüber Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Investoren und Medien. Verlag Wiley VCH.



Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Referat

Präsentation

Unbenotete Prüfungsleistung

Regelmäßige Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

regelmäßige Teilnahme an Planspielen, Übungsaufgaben und Trainingseinheiten (als praktische Prüfung/Referat)/Präsentation) als Prüfungsleistung sowie Leistungsnachweis.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Wirkungsforschung und Evaluation von Kommunikation

Effects of Public Communication

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0068 (Version 4.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0068

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Ziel des Moduls ist der Erwerb vertiefter Kenntnisse über die Wirkungen der verschiedenen Erscheinungsformen öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Daraus werden Erkenntnisse für die Evaluation und das Controlling von strategischer Organisationskommunikation abgeleitet

Lehrinhalte

1. Medienevolution; Informationsgesellschaft
2. Wirkungen öffentlicher Kommunikation.
 - 2.1: Medienwirkungsforschung: Theorienüberblick
 - 2.2: Wirkungen von Organisationskommunikation
3. Evaluation von Kommunikation
 - 3.1 Evaluation: Ziele und Verfahren
 - 3.2 Evaluation von Organisationskommunikation: Ziele, Modelle, Verfahren, Kritik
 - 3.3 Praxis der Evaluation
4. Kommunikationscontrolling
 - 4.1 Controlling: Ziele, Verfahren
 - 4.2 Benchmark-Verfahren: Reputationsquotient, Markenwert, etc.
 - 4.3 Balanced Scorecard Verfahren
 - 4.4 Praxis des Kommunikationscontrolling
 - 4.5 Kritik

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Genese und die Erscheinungsformen der modernen Mediengesellschaft. Die Studierenden kennen die wesentlichen historischen und aktuellen Theorien der Medienwirkungsforschung.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können aus dem Wissen über die Mediengesellschaft und aus der Kenntnis zentraler Theorien der Medienwirkungsforschung Anforderungen an erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation ableiten. Dabei greifen sie auf Theorien zur Evaluation von Kommunikationsprozessen, insbesondere organisationaler Kommunikation, zurück.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden kennen, kategorisieren und bewerten verschiedene Verfahren zur Evaluation von Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation auf der Basis aktueller Fallbeispiele. Sie sind in der Lage, diese Mess- und Bewertungsverfahren im Kommunikationscontrolling einzusetzen, d. h. als Steuerungsinstrument zu nutzen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden begründen die Auswahl bestimmter Evaluationsverfahren in Bezug auf einzelne

Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit anhand konkreter Fallbeispiele.

Lehr-/Lernmethoden

Das Modul besteht aus Vorlesungs- und seminaristischen Elementen. Einzelne Exkursionen sind optional vorgesehen.

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Kenntnisse des deutschen Mediensystems sowie zur Struktur und Gestaltung von Kommunikationsprozessen werden vorausgesetzt.

Modulpromotor

Harden, Lars

Lehrende

Baum, Achim

Fuhrberg, Reinhold

Harden, Lars

Schütte, Dagmar

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Vorlesungen
----	-------------

30	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

20	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

20	Literaturstudium
----	------------------

50	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Baerns, Barbara (Hrsg.) (1995): PR-Erfolgskontrolle. Frankfurt a.M.

Besson, Nanette Aimée (2008): Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden.

Bleicher, J. & Hasebrink, U., (2006) Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft.

Verfügbar unter: www.hans-bredow-institut.de/ha-lehre/ws0506/10%20KWUGPersuasion.ppt

Bonfadelli, H. (1994). Die Wissenskluft-Perspektive. Massenmedien und gesellschaftliche Information. Konstanz: Verlag Ölschläger.

Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung. Konstanz.

Broom, Glen M. und David M. Dozier (1990): Using Research in Public Relations. Applications to Program Management. Englewood Cliffs: Evaluationsausschuss DPRG&GPRA (2000): PR-Evaluation. Messen,

Analysieren, Bewerten - Empfehlungen für die Praxis. Bonn. Prentice Hall.

Eichhorn, W. (1995). Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung. München: Reinhard Fischer.

Ettema, J. S. & Kline, F. G. (1977). Deficits, Differences, and Ceilings. Contingent Conditions for

- Understanding the Knowledge Gap. In: Communication Research, Vol 4, pp. 179-202, p. 188.
- Gerhards, M. & Mende, A. (2003). ARD/ZDF-Offline-Studie 2003. Offliner 2003: Stabile Vorbehalte gegenüber dem Internet. Media Perspektiven, 359-373.
- Jäckel, M. (2005) Medienwirkung: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jäckel, M. (2007). Medienwirkungen – Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Jossé, Germann (2005): Balanced Scorecard. Ziele und Strategien messbar machen. München.
- Kaplan, Robert S. und David P. Norton (1997): Balanced Scorecard. Strategien erfolgreich umsetzen. Stuttgart.
- Katz, E., Blumler, J.G. & Gurevitch, M. (1974) Utilization of Mass Communication by the Individual. In: J.G. Blumer, E. Katz (Hrsg.). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (S. 19-34). Beverly Hills: Sage.
- Kunczik, M. & Zipfel, A. (2001). Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln: Böhlau Verlag.
- Möller, Klaus, Manfred Piwinger und Ansgar Zerfaß (Hg.) (2009): Immaterielle Vermögenswerte. Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation. Stuttgart.
- Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (2009). Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt: Fischer Taschenbuch.
- Pfannenberg, Jörg und Ansgar Zerfaß (Hg.) (2010): Wertschöpfung durch Kommunikation. Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis. Frankfurt a. Main.
- Piwinger, Manfred/Porak, Victor (2005): Kommunikations-Controlling. Wiesbaden.
- Pürer, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Konstanz.
- Raupp, Juliana und Jens Vogelsang (2008): Medienresonanzanalyse. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Wiesbaden.
- Raupp, Juliana und Joachim Klewes (2004): Quo vadis Public Relations? Wiesbaden.
- Rosengren, K., Wenner, L. & Palmgreen, P. (1985). Media gratifications research: Current perspectives. Beverly Hills: Sage.
- Rössler, P. (1997). Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schenk, M. (2007). Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Schmitt-Beck, R. (2000). Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Schuppener u.a.(2004): Die Communication Scorecard. Bern: Haupt Verlag.
- Stacks, Don W. (2002): Primer of Public Relations Research. New York, London: The Guilford Press.
- Straeter, Henning (2009): Kommunikationscontrolling. Konstanz.
- Watson, Tom und Paul Noble (2005): Evaluating Public Relations. A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research & Evaluation. London, Sterling: Kogan Page.
- Wottawa, Heinrich und Heike Thierau (2003): Lehrbuch Evaluation. Bern.

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung
Hausarbeit
Referat
Assignment
Klausur 2-stündig

Unbenotete Prüfungsleistung

Regelmäßige Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

Neben Referat, Hausarbeit, einer zweistündigen Klausur oder einer mündlichen Prüfung (als alternative Prüfungsformen) sind zwei assignments als Prüfungsleistung zu erstellen. Beide Elemente umfassen je 50 Prozent der Modulnote. Als Leistungsnachweis ist eine regelmäßige Teilnahme erforderlich.

Prüfungsanforderungen

Dauer



1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Wissenschaftliches Projekt

Research Project

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0069 (Version 2.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0069

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Die erfolgreiche Auseinandersetzung mit einer konzeptionsorientierten oder empirischen wissenschaftlichen Fragestellung auf der Basis grundlegender Theorien, Methoden und Techniken des Fachs im Rahmen des abschließenden wissenschaftlichen Projekts - innerhalb oder außerhalb eines Unternehmens / einer Organisation - stellt die Synthese des Studienprogramms "Kommunikationsmanagement" dar.

Lehrinhalte

1. Vorbereitungsphase (Definition des Untersuchungsgegenstands und des Untersuchungsbereichs; Festlegung der Lernergebnisse und der wissenschaftlichen Vorgehensweise)
2. Durchführungsphase (Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden auf die Fragestellung)
3. Nachbereitungsphase (Projektelevaluation, Würdigung der Ergebnisse und abschließender Projektbericht)

Die drei elementaren Phasen der Durchführung des Wissenschaftlichen Projekts werden durch Projektseminare und Coachings unterstützt und begleitet. Diese Seminare und Coachings dienen auch dazu, das eigene Vorgehen hinsichtlich der zugrundegelegten Theorien, Methoden und Techniken prozessvorbereitend und prozessbegleitend zu reflektieren sowie zentrale Verfahren und Techniken des Prozess- und Organisationsmanagements kennenzulernen und einzuüben.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden diskutieren zielorientiert relevante Theorien und Konzepte des Fachs und vergleichen diese mit Blick auf ihre Leistungsfähigkeit in Bezug auf konkrete Problemstellungen aus der Praxis des Kommunikationsmanagements. Sie haben einen Überblick über die wichtigsten Managementtechniken in Organisationen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden beschreiben Beispiele für gelungene oder misslungene Umsetzungen theoretischer Ansätze und Konzepte und leiten hieraus Schlussfolgerungen für aktuelle Problemlagen ab. Sie sind in der Lage, Projekte zu planen, zu steuern und zu koordinieren.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden entwickeln und präsentieren Methoden und Verfahren, die geeignet sind, ausgewählte Probleme der kommunikativen Praxis in und von Organisationen systematisch zu bearbeiten und zu lösen. Sie sind in der Lage, sich projektbezogen notwendige Informationen zu beschaffen, diese gezielt weiterzugeben und einzeln und in Gruppen Lösungsansätze zu erarbeiten.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden wenden ihr Wissen und ihre Fähigkeiten organisationspezifisch an, sie evaluieren die von ihnen in der Praxis erprobten Verfahren und machen Vorschläge zur Verfahrensoptimierung.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden kennen die berufsbezogenen Fähigkeiten, Fertigkeiten und Techniken, um fortgeschrittene und spezialisierte projektbezogene Aufgaben zu bearbeiten, und können diese anwenden.

Lehr-/Lernmethoden

Das wissenschaftliche Projekt kann innerhalb oder außerhalb eines Unternehmens bzw. einer Organisation durchgeführt werden. Die Betreuung der Studierenden erfolgt in Form von Beratung durch Colloquien und (teilweise als E-Learning konzipierten) Coachings. Begleitend werden im Rahmen von Projektseminaren projektrelevante aktuelle Fragestellungen vertiefend - auch in Kleingruppen und individuell - erarbeitet und diskutiert. Übungen und eigene Studien und Recherchearbeiten dienen der Erweiterung und Vertiefung des Erlernten.

Empfohlene Vorkenntnisse

Erweiterte Kenntnisse der fachwissenschaftlichen Theorien und Methoden.

Modulpromotor

Schütte, Dagmar

Lehrende

Baum, Achim

Schwägerl, Christian

Dirkers, Detlev

Fuhrberg, Reinhold

Knorre, Susanne

Kocks, Klaus

Harden, Lars

Bloom-Schinnerl, Margareta

Osterheider, Felix

Schütte, Dagmar

Kirchhoff, Sabine

Steinkamp, Thomas

Leistungspunkte

15

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

5 Betreuung individuell oder in Kleingruppen

25 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

240 Wissenschaftliches Projekt (Durchführung und Bericht)

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Referate

20 Kleingruppen

100 Literaturstudium

Literatur

fallspezifisch und themenbezogen variierend

Prüfungsleistung

Projektbericht

Unbenotete Prüfungsleistung

Präsentation

Bemerkung zur Prüfungsform

Der Projektbericht wird benotet, darüber hinaus ist ein Referat zum Projektstand als unbenoteter Leistungsnachweis zu erbringen.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

WP-Modul I

Project Module I

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74016475 (Version 4.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74016475

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Praktische Projektarbeit ist ein wesentliches Element eines anwendungsorientierten Studienprogramms. In diesem Wahlpflichtmodul erarbeiten die Studierenden in Projektform zentrale Fragestellungen eines zuvor gewählten Schwerpunktes (Konzeption, Interne Kommunikation/Mitarbeiterkommunikation oder Presse- und Medienarbeit).

Lehrinhalte

Sind abhängig vom gewählten Schwerpunkt.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über grundlegendes Wissen über die wesentlichen formalen und inhaltlichen Anforderungen des gewählten Schwerpunktes. Sie verfügen über die erforderlichen Techniken zur Darstellung ihrer Ergebnisse.

Wissensvertiefung

Konzeption: Die Studierenden können ein Zeit- und ggf. Finanzbudget für ein Kommunikationskonzept oder andere von ihnen erarbeitete Maßnahmen erstellen. Sie sind in der Lage, kommunikative Maßnahmen zu planen sowie verbal und audio-visuell zu gestalten. Sie können die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen über einen Zeitraum von mehreren Tagen oder Wochen organisieren.

Presse- und Medienarbeit, besonders Online-Medienarbeit: Die Studierenden kennen die Anforderungen für das Erstellen guter Websites, können Internetauftritte systematisch analysieren und hierauf aufbauend ein Konzept für die Optimierung von Websites entwickeln. Auch verfügen sie über die erforderlichen Techniken der Erhebung wie Darstellung ihrer Ergebnisse.

Interne Kommunikation/Mitarbeiterkommunikation: Die Studierenden verfügen über ein vertieftes Verständnis des Wertschöpfungsbeitrags der Internen Kommunikation, über die Managementfunktion der Mitarbeiterkommunikation im Leitungssystem der Organisation und über Methoden der konzeptionellen sowie instrumentellen Evaluation der Mitarbeiterkommunikation.

Können - instrumentale Kompetenz

Konzeption / Presse- und Medienarbeit, insbesondere Online-Medienarbeit: Sie sind in der Lage, Briefing-Gespräche strukturiert zu planen und zu führen sowie die Ergebnisse aufzubereiten und in die Entwicklung eines Konzeptes zu integrieren. Sie nutzen verschiedene mediale Darstellungsformen, um die von ihnen erstellten Konzeptionen zu präsentieren. Sie wenden journalistische Techniken und Verfahren bei der Realisierung von Kommunikationsinstrumenten sowohl im Printbereich als auch im audiovisuellen Bereich an. Sie können Veranstaltungen organisieren und durchführen.

Interne Kommunikation/Mitarbeiterkommunikation: Die Studierenden können die kommunikative Situation in Organisationen auf der Basis ihres Wissens theoretisch einordnen, darstellen und bewerten.

Können - kommunikative Kompetenz

Konzeption: Die Studierenden schlagen den Kunden auf der Basis einer SWOT-Analyse ein Kommunikationskonzept einschließlich ausdifferenzierter Kommunikationsmaßnahmen vor. Sie diskutieren ihre Vorschläge mit den Projektpartnern und begründen die vorgeschlagenen Maßnahmen. Sie strukturieren und begleiten den Umsetzungsprozess und vermitteln zwischen verschiedenen Interessengruppen.

Presse- und Medienarbeit, insbesondere Online-Medienarbeit: Die Studierenden entwickeln Vorschläge zur Optimierung von Websites in Fallstudien und stellen die Ergebnisse den Projektpartnern von Fallstudien vor.

Lehr-/Lernmethoden

Projektarbeit im Seminar oder in Kleingruppen, falls erforderlich Exkursionen

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Kenntnisse der Konzeptionsmethodik, grundlegende Kenntnisse über Öffentlichkeitsarbeit und Organisationskommunikation; journalistische Grundlagen

Modulpromotor

Kirchhoff, Sabine

Lehrende

Schwägerl, Christian

Dirkers, Detlev

Fuhrberg, Reinhold

Viebig, Henriette

Harden, Lars

Osterheider, Felix

Kirchhoff, Sabine

Leistungspunkte

10

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Projekt, Werkstatt oder Seminar

30 Übung

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

60 Kleingruppen

25 Vorbereitung einer Präsentation (individuell oder Kleingruppen)

35 Literaturstudium

20 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Recherchen, Briefings

40 Umsetzung der konzipierten Maßnahmen

Literatur

Literatur
(Konzeption):

Bentele, Günter und Howard Nothaft (2007): Konzeption von Kommunikationsprogrammen. In: Manfred Piwinger und Ansgar Zerfaß (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden, S. 357-380

Dörrbecker, Klaus und Renée Fissenwerth-Goßmann (1996): Wie PR-Profis PR-Konzeptionen entwickeln. Frankfurt a. Main

Fissenwerth, Renée und Stephanie Schmidt (2002): Konzeptionspraxis. Frankfurt a. Main

Leipziger, Jürgen W. (2004): Konzepte entwickeln. Handfeste Anleitung für bessere Kommunikation. Frankfurt a. Main

Merten, Klaus (2000): Zur Konzeption von Konzeptionen. In: prmagazin, 31. Jg., Nr. 3, S. 33-42

Schmidbauer, Klaus und Eberhard Knödler-Bunte (2004): Das Kommunikationskonzept. Berlin

Szyszka, Peter und Uta-Micaela Dürig (Hg.) (2008): Strategische Kommunikationsplanung. Konstanz

(Presse- und Medienarbeit):

Branahl, Udo, Medienrecht. Eine Einführung, Wiesbaden 2010

Broschart, Steven, Suchmaschinenoptimierung & Usability, Poing 2010

Heijnk, Stefan: Texten fürs Web, Grundlagen und Praxiswissen für Online-Redakteure. Heidelberg 2003.

Fechner, Frank / Mayer, Johannes C., Medienrecht. Vorschriftensammlung, Heidelberg 2010

Fischer, Mario, Website Boosting 2.0: Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Online Marketing, Heidelberg 2009

Hoeren, Thomas, Internet-Recht, Münster, September 2010

[http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/materialien/Skript/Skript_Internetrecht_September%202010.pdf]

Jakubetz, Christian, Crossmedia. Konstanz 2008

Jacobsen, Jens, Website Konzeption. Erfolgreiche Websites planen, umsetzen und betreiben, München 2009

Krömker, Heidi/ Klimsa, Paul (Hg.): Handbuch Medienproduktion. Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik, Wiesbaden 2005

Krug, Steve: Don't make me think! Web Usability. Heidelberg 2006.

Neumeier, Franz, Websites optimieren für Google & Co., Paderborn 2007

Smith, Jon, Google-Kompendium. Alles, was Sie über Google wissen müssen, Zürich 2010

Unverzagt, Alexander / Gips, Claudia, Handbuch PR-Recht, Berlin 2010

Winkler, Jan, Suchmaschinenoptimierung, Poing 2009

(Mitarbeiterkommunikation):

Buchholz, Ulrike, Knorre, Susanne (2010). Einführung in die Interne Unternehmenskommunikation. Berlin

Einwiller, Sabine, Franz Klöfer und Ulrich Nies: Mitarbeiterkommunikation. In: Schmid, Beat F. und Boris Lyczek (Hg.) (2006): Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden, S. 217-256

Mast, Claudia (2006): Change Communication. Balancieren zwischen Emotionen und Kognitionen. In: Schmid, Beat F. und Boris Lyczek (Hg.): Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden, S. 399-429

Oberg, A.; Walgenbach, P. (2009). „Hierarchical Structures of Communication in a Network Organization.“ In: Habscheid, S.; Knobloch, C. (Hg.) Einigkeitsdiskurse. Zur Inszenierung von Konsens in organisationaler und öffentlicher Kommunikation. Wiesbaden, S. 229-259

Schick, Siegfried (2010): Interne Unternehmenskommunikation. Strategien entwickeln, Strukturen schaffen, Prozesse steuern. Stuttgart

Steinau, Daniela (2006): Interne Kommunikation bei Unternehmenskrisen. Konzepte, Praxis, Rechtsgrundlagen. Saarbrücken

Szyszka, Peter (2006): Interne PR-Arbeit als Instrument der internen Kommunikation. In: prmagazin, 37. Jg., Nr. 7, S. 55-62

Theis-Berglmair, Anna Maria (2003): Organisationskommunikation. Theoretische Grundlagen und empirische Forschungen. Münster/Hamburg/London

Voß, Andreas und Ulrike Röttger (2007): Vertrauen in die Unternehmensführung. Ein Konzept für die interne Unternehmenskommunikation. In: prmagazin, 38. Jg., Nr. 1, S. 49-56

Zerfaß, Ansgar (Hg.) (2009): Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement. Strategien im Zeitalter der Open Innovation. Wiesbaden.

Prüfungsleistung



Hausarbeit
Referat
Projektbericht
Präsentation
Assignment

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Bemerkung zur Prüfungsform

Im Rahmen des Projektes/Seminars/der Werkstatt (je nach gewähltem Schwerpunkt) wird eine Prüfungsleistung erbracht, wobei verschiedene Prüfungsformen als Alternativen angeboten werden können. Im Rahmen einer vertiefenden Übung ist ein Leistungsnachweis (Präsentation oder Arbeitsaufgaben) zu erbringen.

Prüfungsanforderungen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

WP-Modul III

Project module III

Fakultät / Institut: Institut für Kommunikationsmanagement

Modul 74B0037 (Version 5.0) vom 26.01.2016

Modulkennung

74B0037

Studiengänge

Kommunikationsmanagement (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Wichtige Teilbereiche des Kommunikationsmanagements und der PR sind die marktbezogene Kommunikation (Absatzmärkte, Beschaffungsmärkte, Geldmärkte etc.) auf der einen und die des Managements personeller Ressourcen (HRM) auf der anderen Seite. Beide spielen eine wichtige Rolle für das Berufsverständnis sowie die Kommunikationsplanung und -umsetzung.

Lehrinhalte

Für den Schwerpunkt Marketing:

1. Grundlagen des Marketing
 - 1.1. Grundverständnis
 - 1.2. Marketingmodelle
 - 1.3. Produktpolitik
 - 1.4. Preispolitik
 - 1.5. Angebotspolitik
 - 1.6. Kommunikationspolitik
 - 1.7. Internationales Marketing
2. Kommunikations-Instrumente und Modelle
 - 2.1. Klassische vs. gesellschaftsorientierte Marketingansätze
 - 2.2. Marketing-Konzeption
 - 2.3. Werbung
 - 2.4. Mediaplanung
 - 2.5. Online-Marketing
 - 2.6. Verkaufsförderung
 - 2.7. Konsumentenverhalten
 - 2.8. Customer Relations Management
3. Integrierte Kommunikation

Für den Schwerpunkt HRM:

1. Konzeptionen des HRM
2. HRM Delivery
3. Evidenzbasiertes HRM
4. Job- & Workdesign
5. Personalportfolios
6. Kompensation
7. Entwicklung
8. Employer Branding und Employee Branding
9. Selektion
10. Retention

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls haben ein breites und integriertes Wissen über die Hauptgebiete eines der beiden Fächer. Sie haben sich ein kritisches Verständnis ausgewählter grundlegender Konzepte in jeweils einem der beiden Lehrgebiete angeeignet. Erkenntnis- und Forschungsprozesse sowie praxisorientierte, aktuelle Fragestellungen interpretieren sie vor dem Hintergrund ihres erworbenen Wissens.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über Wissen, das in einzelnen Hauptgebieten sehr detailliert ist.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie können die Instrumente des gewählten Lehrgebiets beurteilen und sind in der Lage zu entscheiden, wann und mit welchem Ziel der Einsatz zentraler Instrumente sinnvoll ist (Beurteilungskompetenz).

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, erkennen und hinterfragen praxisbezogene Probleme. In dieser kritischen Analyse bringen sie etablierte, wissenschaftlich begründete Problemlösungen in jeweils einer der beiden Lehrgebiete mit Problemlösungen anderer Disziplinen zusammen. Vor dem Hintergrund dieser interdisziplinären Perspektive beurteilen sie die Reichweite und den Praxisbezug der im jeweiligen Lehrgebiet vermittelten Theorien und Konzepte.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, lehrgebietspezifische Sichtweisen in Bezug zu organisations- und gesellschaftsorientierten Perspektiven des Kommunikationsmanagements zu setzen und deren jeweiligen Stärken und Schwächen zu reflektieren.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, seminarisches Lernen, Selbststudium

Empfohlene Vorkenntnisse

Kenntnis der Rolle von Kommunikation für Organisationen, Kenntnisse der Kommunikationsinstrumente und ihrer Wirkungspotenziale, betriebswirtschaftliches Grundwissen

Modulpromotor

Schwägerl, Christian

Lehrende

Schwägerl, Christian

Fuhrberg, Reinhold

Gochermann, Josef

Knorre, Susanne

Steinkamp, Thomas

Osterheider, Felix

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

30 Vorlesungen

30 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

20 Referate

20 Literaturstudium

20 Prüfungsvorbereitung

Literatur

- Becker, F. (2010). "Mitarbeiterbindung: Ein Einblick in ein schwieriges Objekt und den Status quo der Diskussion." In: Bruhn, M./Stauss, B. (Hg.) Serviceorientierung im Unternehmen. Wiesbaden, S. 230-252.
- Becker, J. (2009). Marketingkonzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. München.
- Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Stuttgart.
- Einwiller, S./Klöfer, F./Nies, U. (2006). Mitarbeiterkommunikation. In: Schmid, B. F. /Lyczek, B. (Hg.) Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden, S. 217-256.
- Holtbrügge, D.(2005): Personalmanagement. 2. Aufl. Berlin,Heidelberg: Springer
- Jäger, W./Rolke, L. (Hg.) (2011). Personalkommunikation: interne und externe Öffentlichkeit für HR-Themen gewinnen. Köln.
- Kotler, P./Bliemel, F. (2006): Marketing-Management - Analyse, Planung und Verwirklichung. München.
- Luhmann, N. (2000). Organisation und Entscheidung. Opladen.
- Martin, A. & Nienhüser, W. (1998): Personalpolitik. Wissenschaftliche Erklärung der Personalpraxis. München, Mering: Hampp
- Scherm, E. & Süß, S. (2010): Personalmanagement. 2. Aufl. München: Vahlen
- Scholz, C. (2011). Grundzüge des Personalmanagements. München: Vahlen
- Stritzke, C. (2010). Marktorientiertes Personalmanagement durch Employer Branding: theoretisch-konzeptioneller Zugang und empirische Evidenz. Wiesbaden.
- Tomczak,T./Esch, F.-R. (2009). Behavioral Branding - wie Mitarbeiterverhalten die Marke stärkt. Wiesbaden.
- Volkert, W. & Steinkamp, T. (2008): Personalmanagement für Ingenieure . München: Oldenbourg, 2008
- Zerfaß, A. (2010). Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden.

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Referat

Unbenotete Prüfungsleistung

Assignment

Bemerkung zur Prüfungsform

Alternative Prüfungsformen nach Maßgabe der Prüfer. Zusätzlich ist ein Leistungsnachweis in Form einer Arbeitsprobe (assignment) erforderlich.

Prüfungsanforderungen



Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch