

Lehrveranstaltung

Kommunikation: Grundlagen, Strategien und Gestaltungsansätze

Modul:

Kommunikation und Gesellschaftliche Aspekte

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Thomas Urban

Lehr- und Lernformen:

Vorlesung (4 SWS)

Kreditpunkte: 4 CP

Kontaktzeit/Präsenzstudium: 60 Stunden (=15 * 3 SWS Vorlesungen)

Selbststudium: 25 Stunden

Prüfung und Prüfungsvorbereitung: 20 Stunden

Voraussetzungen:

Grundlagen Wirtschaftswissenschaften, Marketing aus Bachelor-Studium

Qualifikationsziele

50 % Fach- / 30 % Methoden- / 5 % System- / 15 % soziale Kompetenz

Fachkompetenz:

Die Studierenden sollen lernen, welche konzeptionellen, psychologischen und inhaltlichen Faktoren bei der Kommunikation und der Gestaltung von Medien bedeutsam sind und wie sie angewendet und zielorientiert kombiniert werden können. Diese Kompetenzen stellen eine wichtige Basis für die in anderen Modulen vermittelten Inhalte der EDV-technischen Umsetzung dar.

Methodenkompetenz:

Kenntnis von Ansätzen zur Entwicklung von integrierten Kommunikationskonzepten; Kenntnis von Sozialtechniken zur Mediengestaltung

Systemkompetenz:

Überblickswissen über verschiedene Werkzeuge der Mediengestaltung

soziale Kompetenz:

Verdeutlichung von Aspekten, die im Rahmen der persönlichen Kommunikation und im Rahmen von Präsentationen genutzt werden können.

Verbindung von Theorie und Praxis:

Neue Lehrinhalte werden bevorzugt fallbasiert, bezogen auf Problemstellungen im Bereich der Kommunikation und der Mediengestaltung hin vermittelt.

Lehrinhalte:

Thematisierung von Veränderungen auf Mediamärkten und Herausforderungen für das Marketing, aufzeigen der kommunikationspolitischen Instrumente, welche Kommunikationsformen von bestimmten Zielgruppen gewünscht, wie sehen Prognosen hinsichtlich des künftigen Nutzerverhaltens aus, Erörterung von Bewertungsansätzen für ausgewählte digitale Medien, zentrale Ansätze der Mediengestaltung, Vermittlung von Erkenntnissen der Psychologie, aber auch auf die Verdeutlichung von strategischen Aspekten zur Sicherstellung einer integrierten Kommunikation sowie Ergänzung theoretischer Grundlagen durch Praxisbeispiele.

Einbindung in die Berufsvorbereitung:

Marketinggrundkenntnisse, das Denken in Zielgruppen und der darauf aufbauende zielorientierte Einsatz von Gestaltungsmitteln stellt eine wichtige Basis für die erfolgreiche technische Umsetzung dar. In der Wirtschaft wird dies zunehmend erkannt und bei der Einstellung von Informatikexperten achtet man vermehrt auch auf sogenannte „weiche“ Faktoren, die beispielsweise einem Masterabsolventen durch Kenntnisse in Psychologie und Gestaltung zusätzliche Chancen ermöglichen können.

Medienformen:

Power Point Folien

Leistungsnachweis:

Klausur zur Prüfung der theoretischen Kenntnisse

Literaturhinweise, Skripte:

Berkler, S. (2008): Medien als Marken? Wirkungen von Medienmarken aus medienökonomischer Sicht, UVK Verlagsgesellschaft Konstanz

Gläser, M. (2008): Medienmanagement, Verlag Franz Vahlen München

Wirtz, B. (2008): Medien- und Internetmanagement (6. Aufl.), Gabler Verlag Wiesbaden