

STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG" MODULBESCHREIBUNG

Details zum Modul					
LV-Nummer		Studienjahr		Studiensemester	
ICMR 107		2021-2022		1	
Bezeichnung		VL	UE	LU	ECTS
Strategische und organisatorische Kommunikation		2	0	0	5
Sprache	Englisch				
Studium	Master	x	Doktor		
Studiengang	Internationale Kommunikations- und Medienforschung				
Lehr- und Lernformen	Präsenzlehre (60%) / Fernlehre (40%)				
Modultyp	Pflichtfach	x	Wahlfach		
Lernziele	<p>In dieser Lehrveranstaltung erhalten die Studierenden einen Überblick über wichtige Konzepte und Theorien zur Beschreibung und Erklärung der strategischen Kommunikation in und von Organisationen im internationalen Kontext. Durch die Auseinandersetzung mit dem Stand der Forschung und wichtigen empirischen Befunden entwickeln die Studierenden ein vertieftes Verständnis der strategischen Kommunikation als Studienobjekt sowie als Feld der beruflichen Praxis. Dies ermöglicht es den TeilnehmerInnen, die Anforderungen für die Arbeit in diesem Bereich zu verstehen und den neuesten Stand der Forschung in einer ethischen und effektiven Weise in verschiedenen organisatorischen Umgebungen anzuwenden. Als Ergebnis werden die Studierenden in der Lage sein, sinnvolle und zeitgemäße Forschungsfragen zur strategischen Kommunikation zu formulieren. Darüber hinaus werden sie ein Verständnis für den Beruf und einige notwendige Fähigkeiten entwickeln, um ein ethischer und international orientierter Berufstätiger zu werden.</p>				
Lerninhalte	<p>Der Kurs bietet einen Überblick über die strategische Kommunikation in und von Organisationen als Berufsbild. Dies beinhaltet eine Untersuchung der aktuellen Berufsrollen, Ergebnisse aktueller Umfragen unter Praktikern und normative Qualifikationsprofile. Darüber hinaus führt der Kurs in wichtige Konzepte und Theorien ein, die für die Steuerung von Forschung und Praxis relevant sind, wie z.B. Reputation, Stakeholder-Management, Organisation-Öffentlichkeit-Beziehungen, Exzellenz in der strategischen Kommunikation und strategische Kommunikationsplanung. Letztere wird als Methode zur Entwicklung strategischer Kommunikationsprogramme und/oder -kampagnen in Organisationen eingeführt, einschließlich SWOT-Analyse, Stakeholder-Mapping, Formulierung von Zielen, Taktik und Evaluation. Im Kurs werden die Studierenden auch einige der wichtigen spezialisierten Anwendungsbereiche innerhalb der strategischen Kommunikation erforschen, wie internationale PR, Krisenkommunikation, Medienarbeit und andere. Für ein besseres Verständnis der aktuellen Praktiken und Trends auf dem Gebiet werden die Studierenden Fallstudien und ein kleines Projekt realisieren.</p>				
Teilnahmevoraussetzungen	Dieser Kurs setzt Grundkenntnisse im Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft und ein Grundverständnis für strategische Kommunikation voraus.				
Koordinator(in)	–				
Dozent(in)	Dr. Andreas Schwarz				
Assistent(in)	-				

**STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG"
MODULBESCHREIBUNG**

Praktikumsstatus	–		
Fachliteratur			
Bücher / Skripte	<ul style="list-style-type: none"> • Brunner, B. R. (2019). Public Relations Theory: Application and Understanding. Wiley Blackwell. • Carroll, C. E. (2015). The Handbook of Communication and Corporate Reputation. Wiley. • Gillis, T. L. (2011). The IABC handbook of organizational communication a guide to internal communication, public relations, marketing, and leadership (2nd ed.). • Heath, R. L. (2010). The SAGE handbook of public relations (2nd ed.). SAGE. • Sriramesh, K., & Verčič, D. (2020). The global public relations handbook. Theory, research and practice (3rd ed.). Routledge. <p>Tench, R., & Yeomans, L. (2017). Exploring public relations global strategic communication (4th ed.). Pearson.</p>		
Weitere Literaturquellen	–		
Lernmaterialien			
Dokumente	–		
Hausaufgaben	–		
Prüfungen	–		
Zusammensetzung des Moduls			
Sozialwissenschaften			80%
Naturwissenschaften			%
Ingenieurwissenschaften			%
Fachkenntnis			20%
Bewertungssystem			
Aktivität	Anzahl	Gewichtung in der Endnote (%)	
Zwischenprüfung			
Quiz			
Hausaufgaben	1	50	
Anwesenheit	14	30	
Übung			
Projekte	1	20	
Abschlussprüfung			
	Summe	100	
ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand			
Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	2	28
Selbststudium	14	1,5	21
Hausaufgaben	1	31	31

**STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG"
MODULBESCHREIBUNG**

Präsentation / Seminarvorbereitung	2	20	40
Zwischenprüfung			
Übung			
Labor			
Projekte	1	30	30
Abschlussprüfung			
Summe Arbeitsaufwand			150
ECTS Punkte (Gesamtaufwand /30)			5

Lernergebnisse

1	Ein Verständnis der wichtigen Konzepte und Theorien der organisatorischen und strategischen Kommunikation mit einem Schwerpunkt auf Public Relations und interne Kommunikation
2	Ein Verständnis für wichtige Erkenntnisse der internationalen empirischen Forschung zur strategischen Kommunikation.
3	Ein grundlegendes Verständnis von Methoden der strategischen Kommunikationsforschung für akademische und betriebswirtschaftliche Zwecke.
4	Entwicklung von Fähigkeiten zur Anwendung von Erkenntnissen der strategischen Kommunikationsforschung in einer Organisations- und Managementumgebung, die verschiedene Arten von Organisationen umfasst.
5	Entwicklung von Fähigkeiten zur Planung von Programmen und Strategien für die Öffentlichkeitsarbeit.
6	Ein Verständnis für verschiedene Spezialgebiete der strategischen Kommunikation wie interne Kommunikation, Krisenkommunikation und internationale Öffentlichkeitsarbeit.
7	Ableitung von Trends und zukünftigen Herausforderungen der strategischen Kommunikation aus aktuellen Fällen und Forschung.

Wöchentliche Themenverteilung

1	Einführung in die strategische Kommunikation
2	Rollen der strategischen Kommunikation und der Beruf
3	Theorien und Konzepte der strategischen Kommunikation I
4	Theorien und Konzepte der strategischen Kommunikation II
5	Strategische Kommunikationsplanung I
6	Strategische Kommunikationsplanung II
7	Projektkonsultationen
8	Projektkonsultationen
9	Projektkonsultationen
10	Spezielle Anwendungen und Modelle in der strategischen Kommunikation I

**STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG"
MODULBESCHREIBUNG**

11	Spezielle Anwendungen und Modelle in der strategischen Kommunikation II
12	Spezielle Anwendungen und Modelle in der strategischen Kommunikation III
13	Projektpräsentation
14	Ausblick, Diskussion, Kursevaluation

Beitrag der Lernergebnisse zu den Lernzielen des Programms (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	5	3	5	4	4	4
2	4	4	5	3	3	4
3	4	4	3	3	3	5
4	3	3	4	5	4	5
5	2	3	3	4	5	5
6	4	3	5	4	4	5
7	4	3	5	4	5	4

Beitragsgrad: 1: Sehr Niedrig 2: Niedrig 3: Mittel 4: Hoch 5: Sehr Hoch

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progProfile.aspx?lang=en&curSunit=6028>

Erstellt von:	Dr. Andreas Schwarz
Datum der Aktualisierung:	24. 06. 2021