

## STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG" MODULBESCHREIBUNG

Details zum Modul				
<b>LV-Nummer</b>		<b>Studienjahr</b>		<b>Studiensemester</b>
ICMR104		2021-2022		2
<b>Bezeichnung</b>		<b>VL</b>	<b>UE</b>	<b>LU</b>
Angewandte Kommunikation		2	0	0
<b>ECTS</b>	5			
<b>Sprache</b>	Englisch			
<b>Studium</b>	<b>Master</b>	x	<b>Doktor</b>	
<b>Studiengang</b>	Internationale Kommunikations- und Medienforschung			
<b>Lehr- und Lernformen</b>	Präsenzlehre (60%) / Fernlehre (40%)			
<b>Modultyp</b>	<b>Pflichtfach</b>		<b>Wahlfach</b>	
<b>Lernziele</b>	Ziel dieses Kurses ist es, das Bewusstsein für Fehler, Mängel und sogar Kommunikationsunfälle zu schärfen, die in kommunikationsbasierten Anwendungen auftreten können, die im Unternehmens- und Alltagsleben manchmal unbeabsichtigt auftreten, da digitale Medien und fortschrittliche Kommunikationstechnologien den Einzelnen fast ein unabhängiger Kommunikationskanal in der Kommunikations- und Medienforschung machen. Der Kurs zielt darauf ab, alle Anwendungen des Kommunikationsphänomens im Rahmen von Best-Practice-Beispielen in verwandten Bereichen zu erlernen und zu behandeln.			
<b>Lerninhalte</b>	Der Kurs umfasst Verantwortlichkeiten in Kommunikation, Kommunikationsschritte, Social Media und Kommunikation, Unternehmenskommunikation, Stakeholder-Kommunikation, Corporate Identity, Marketingkommunikation, nachhaltige Kommunikation, Kommunikationsunfälle, Kommunikationskonflikte, effektives Zuhören und Kommunikation, „Sie“-Sprache und „Ich“-Sprache . Es bietet eine praktische Perspektive auf Schlüsselbereiche wie Feedback.			
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–			
<b>Koordinator(in)</b>	–			
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Burhanettin Aykut Arıkan			
<b>Assistent(in)</b>	Oğuzhan Güner M.A.			
<b>Praktikumsstatus</b>	–			
Fachliteratur				
<b>Bücher / Skripte</b>	Mark Deuze & Mirjam Prenger, Making Media: Production, Practices, and Professions, Amsterdam University Press, January 2, 2019.			
<b>Weitere Literaturquellen</b>				
Lernmaterialien				
<b>Dokumente</b>				

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

Hausaufgaben	–		
Prüfungen	–		
<b>Zusammensetzung des Moduls</b>			
Sozialwissenschaften			100%
Naturwissenschaften			%
Ingenieurwissenschaften			%
Fachkenntnis			%
<b>Bewertungssystem</b>			
<b>Aktivität</b>	<b>Anzahl</b>		<b>Gewichtung in der Endnote (%)</b>
Zwischenprüfung			
Quiz			
Hausaufgaben			
Anwesenheit			
Übung			
Projekte	1		100
Abschlussprüfung			
<b>Summe</b>			<b>100</b>
<b>ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand</b>			
<b>Aktivität</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Dauer</b>	<b>Gesamtaufwand (Stunden)</b>
Vorlesungszeit	14	2	28
Selbststudium	14	1	14
Hausaufgaben			
Präsentation / Seminarvorbereitung			
Zwischenprüfung			
Übung			
Labor			
Projekte	1	108	108
Abschlussprüfung			
<b>Summe Arbeitsaufwand</b>			<b>150</b>
<b>ECTS Punkte (Gesamtaufwand /30)</b>			<b>5</b>
<b>Lernergebnisse</b>			
<b>1</b>	Definition der Kommunikationsdisziplin und ihrer Grundfragen Nutzung von Kommunikationstheorien, Perspektiven, Prinzipien und Konzepten Teilnahme an der Kontaktforschung Erstellen von Botschaften, die für die Zielgruppe, den Zweck und den Kontext geeignet sind Kritische Analyse von Nachrichten Zeigen Sie die Fähigkeit, kommunikative Ziele zu erreichen Erwerb ethischer Kommunikationsprinzipien und -praktiken Öffentlicher Lichteffekt		

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

2	Nutzung von Kommunikationstheorien, Perspektiven, Prinzipien und Konzepten
3	Teilnahme an der Kontakthanfrage
4	Erstellen von Botschaften, die für die Zielgruppe, den Zweck und den Kontext geeignet sind
5	Kritische Analyse von Nachrichten
6	Zeigen die Fähigkeit, kommunikative Ziele zu erreichen
7	Erwerb ethischer Kommunikationsprinzipien und -praktiken
8	Beeinflussung die öffentliche Offenlegung

**Wöchentliche Themenverteilung**

1	Einführung
2	Medienindustrie
3	Mediengeschäft
4	Medienproduktion
5	Medienprodukte und Innovation
6	Wandel der Mediengeschäftsmodelle
7	Medienschaffende und Berufsleben
8	Vielfalt und Mitbestimmung in Medienunternehmen
9	Korrespondenz
10	Medienmanagement
11	Produktion
12	TV-Programmierung
13	Soziale Medien und Metaverse
14	Digitale Medien

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

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

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

<b>7</b>	4	1	4	4	5	3
<b>8</b>	3	1	4	5	3	5
<b>Beitragsgrad:</b> 1: Sehr Niedrig 2: Niedrig 3: Mittel 4: Hoch 5: Sehr Hoch						
<a href="https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progProfile.aspx?lang=en&amp;curSunit=6028">https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progProfile.aspx?lang=en&amp;curSunit=6028</a>						
<b>Erstellt von:</b>	Prof. Dr. Burhanettin Aykut Arıkan					
<b>Datum der Aktualisierung:</b>	01.03.2022					