

**STUDIENGANG KULTUR- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG**

Details zum Modul					
Code				Studienjahr	Studiensemester
KKW422				4	8
Dersin Adı :	T	U	L	AKTS	
Korrespondierende Kommunikation	2	1	-	4	
Sprache					
Studium	Bachelor	x	Master		Doktor
Studiengang	Kultur-und Kommunikationwissenschaften				
Lehr- und Lernformen	Präsenzlehre				
Modultyp	Pflichtfach	x	Wahlfach		
Lernziele	Die Studierenden verstehen die Bedeutung effektiver Kommunikation im Unternehmensleben und erfahren die Rolle effektiver Kommunikation in verschiedenen Anwendungsbereichen effektiver Kommunikation und verbessern ihre Kommunikationsfähigkeiten. Wichtige Kompetenzen in der Unternehmenskommunikation wie z.B. der richtige Umgang mit dem Tonfall bei unterschiedlichen Inhaltsproduktionen, Präsentationen und Moderationen werden erworben.				
Lerninhalte	Die Lehrveranstaltung informiert über Kommunikationsprozesse in Unternehmen anhand ausgewählter Erfahrungsbeispiele. Es werden grundlegende Konzepte zur Untersuchung und Analyse von Kommunikationsprozessen in Unternehmen erläutert. Darüber hinaus werden die Studierenden in methodische Methoden und Werkzeuge zur Untersuchung von Unternehmenskommunikation eingeführt. Die Studierenden lernen, Analysebegriffe anzuwenden und Untersuchungsergebnisse anhand von Fallbeispielen zu interpretieren.				
Teilnahmevoraussetzungen	-				

Koordination	Dr. habil. Elif Posos Devrani	
Vortragende(r)	Dr. habil. Elif Posos Devrani	
Mitwirkende(r)	-	
Praktikumsstatus	-	
Fachliteratur		
Bücher / Skripte		
Weitere Quellen	Kurumsal İletişim, Joep Cornelissen, The Kitap Yayınları	
Lernmaterialien		
Dokumente		
Hausaufgaben		
Prüfungen		
Zusammensetzung des Moduls		
Sozialwissenschaften		100%
Bewertungssystem		
Aktivität	Anzahl	Gewichtung in Endnote(%)
Zwischenprüfung	-	-
Quiz	-	-
Hausaufgaben	1	10
Anwesenheit	12	30
Übung	-	-
Projekte	-	-
Abschlussprüfung	1	60
	Total	100
ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand		

Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	3	42
Selbststudium	14	5	60
Hausaufgaben	-	-	-
Präsentation / Seminarvorbereitung	-	-	-
Zwischenprüfungen	1	1	1
Übung	-	-	-
Labor	-	-	-
Projekte	-	-	-
Abschlussprüfung	1	1	1
Summe Arbeitsaufwand			114
ECTS Punkte (Gesamtaufwand / 28)			4

Lernergebnisse

1	Die Studierenden, die erfolgreich an der Lehrveranstaltung teilgenommen haben, erwerben grundlegende Kenntnisse zum Verstehen, Analysieren und Interpretieren von Unternehmenskommunikation.
2	Sie können klassische organisationssoziologische Modelle erklären und an Fallbeispielen anwenden.
3	Die Lehrveranstaltung vermittelt allgemeine Fertigkeiten im Umgang mit interdisziplinären Modellen und Begriffen.
4	Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, wissenschaftliche Erkenntnisse und Modelle in praktischen Fragestellungen anzuwenden.
5	

Wöchentliche Themenverteilung

1	Definition von Unternehmenskommunikation
2	Unternehmenskommunikation in zeitgenössischen Institutionen
3	Unternehmenskommunikation in einer sich verändernden Medienlandschaft
4	Stakeholder-Management und Kommunikation

5	Corporate Identity, Branding und Unternehmensreputation
6	Kommunikationsstrategie und strategische Planung
7	Forschung und Messung
8	Medienarbeit
9	Mitarbeiter-Kommunikation
10	Themen-Management
11	Krisenkommunikation
12	Change-Kommunikation
13	Corporate Social Responsibility und Community Relations
14	Soziales Unternehmertum
15	Abschlussprüfung

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

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	4	3	3	4	4		
2	4	3	3	4	4		
3	4	3	3	4	4		
4	4	3	3	4	4		

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

Erstellt von:	Assoc. Prof. Dr. Elif Posos Devrani
Datum der Aktualisierung:	20.01.2023