Studiengang Informationswissenschaft (Master of Science)

Themenbereich: Business Information Engineering

Modul-bezeichnung	Digitale Kommunikation - innovativer Einsatz Neuer Medien im Marketing- und Vertriebsumfeld (Digital Communication - Innovative Application of New Media in Marketing and Sales)
Belegnummer	4112
Studiengang / Verwendbarkeit	Masterstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Melanie Siegel
Dozent(in)	Clemens Weins
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	folgt
Sprache	Deutsch
Inhalt	Marketing-Automation, One-to-one-Marketing, Mixed Reality, Sprachsteuerung – es gibt heute vielerlei Möglichkeiten, die Kommunikation mit dem Kunden zu intensivieren. Der Kommunikationsweg ist dabei digital – sei es mittels Social Media, Chatbots oder E-Mail. In dem Seminar werden anhand praktischer Beispiele Grundlage der Marketing- und Vertriebsarbeit erklärt und innovative Methoden der effizienten Kundenkommunikation (B2B & B2C) erarbeitet.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Der Student soll in der Lage sein, eine Marketing-Strategie selbst zu entwickeln und konkrete Marketing-Maßnahmen daraus abzuleiten.
Niveaustufe / Level	Mittleres Niveau (intermediate level course)
Lehrform / SWS	Seminar, Selbststudium (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Grundkenntnisse: Online-Marketing, Geschichte des Internets, Kommunikationsmöglichkeiten des Internets
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO

Medienformen	Beamer, FlipChart
Literatur	• Rüdiger Grimm: Digitale Kommunikation. Oldenbourg Verlag, 2005 • Virtual und Augmented Reality: Neue Dimensionen der Realität, https://home.kpmg.com/de/de/home/themen/2016/04/neue-dimensionen-der-realitaet.html (gesehen am 09.03.2017) • K.-U. Carstensen, C. Ebert, C. Endriss, S. Jekat, R. Klabunde, H. Langer: Computerlinguistik und Sprachtechnologie-Eine Einführung. 3. Auflage, Spektrum Akad. Verlag, 2009 • Dirk Lewandowski: Suchmaschinen verstehen. Springer Verlag, 2015.

Stand: 19.09.2017, 11:27:30