# Studiengang Informationswissenschaft (Master of Science)

## Themenbereich: Medien und Kommunikation

| | |
|---|---|
| **Modul-bezeichnung** | Social Media Marketing und Optimierung - Rezipientenbindung und -kommunikation mit Sozialen Medien für Sender am Beispiel des SWR* |
| **Belegnummer** | 6203 |
| **Studiengang / Verwendbarkeit** | Masterstudiengang Informationswissenschaft |
| **Modulverantwort-liche(r)** | Prof. Dr. Geribert E. Jakob |
| **Dozent(in)** | Prof. Dr. Geribert E. Jakob |
| **Dauer** | 1 Semester |
| **Credits** | 10 CP |
| **Prüfungsart** | Projektbericht und Präsentation |
| **Sprache** | Deutsch |
| **Inhalt** | • Analyse<br>– Programmangebot<br>– Social Media Begleitangebot und Akzeptanz<br>– Rezipientengruppen (Klassierung und Verhalten)<br>– Rezeptionsdifferenzierung (Fokus und Interest)<br>– Peeridentifikation und Bindungsstrategien<br>– Lückenanalyse<br>• Synthese/Empfehlungen<br>– Kern-/Begleitmedium<br>– General / Special Interest / Themenwelten<br>– Regionalität / Lokalität<br>– Interaktion<br>– Programmcustomization |
| **Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)** | Ziel ist die Befähigung der Absolventen des Moduls zur Gestaltung von strategischen und taktischen Prozess- und Strukturempfehlungen für Sender, deren Programme und deren Redaktionen bei sich schnell ändern-den Umweltbedingungen auf Grundlage eigenerstellter Analyseergebnisse redaktionellen Angeboten und der Aktion bzw. Reaktion der Rezipienten |
| **Niveaustufe / Level** | Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course) / Spezialisierung (spezialized level course) |
| **Lehrform / SWS** | Projekt (4 SWS) |
| **Arbeitsaufwand / Workload** | 256 Stunden |
| **Units (Einheiten)** | |
| **Notwendige Voraussetzungen** | |

| | |
|---|---|
| **Empfohlene Voraussetzungen** | |
| **Häufigkeit des Angebots** | |
| **Anerkannte Module** | Siehe § 19 ABPO |
| **Medienformen** | |
| **Literatur** | |

Stand: 11.09.2012, 08:26:42