Studiengang Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

Wahlpflichtkatalog

Themenbereich: Medien und Kommunikation

Modul-bezeichnung	Corporate Communications (Corporate Communications)
Belegnummer	7313
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort-liche(r)	Prof. Geribert Jakob
Dozent(in)	Jürgen Pitzer
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Seminararbeit, Präsentation
Sprache	deutsch
Inhalt	• Corporate Communications: Begriffe, spezifische Zielsetzungen sowie Gemeinsamkeiten und Abgrenzungen zu anderen Formen der Unternehmenskommunikation • Moderne Aufgabenstellung: Eine kleine Entwicklungsgeschichte mit Hintergrund • Von den Zielgruppen zu Stakeholder: Ziele, Mittel und Methoden • Gesellschaftliche, ökonomische und mediale sowie technische Rahmenbedingungen für die CC • Medienarbeit: Grundlagen, Vorraussetzungen und Durchführungsmuster • Konzeption, Planung und Durchführung von PR- bzw. Presseaktivitäten an ausgewählten Beispielen • Der besondere Stellenwert der Mitarbeiterkommunikation • Trends und Zukunftsaussichten: Wer macht was
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Absolventenn kennen alle wichtigen am CC-Prozess beteiligten Gruppen. Sie kennen die erforderlichen grundlegenden, Interessen, Ziele und Methoden sowie Wirkungszusammenhänge, um CC-Massnahmen für ausgewählte Aufgabenstellungen zu konzipieren, ihre Effizienz und Effektivität zu beurteilen und Standard-Budgets zu vergeben.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	

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

Stand: 24.02.2014, 10:52:18