

## Kurs: Medien- und Kommunikationspsychologie

<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Michael Bürker
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6. Semester
	<b>Inhaltlich:</b> regelmäßiger Besuch der Veranstaltung erforderlich
<b>Prüfungsleistung</b>	Konzeption und Präsentation eines Portfolios (50% Medienprodukt, 50% Thesenpapier/Handout)
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Regelmäßige, aktive Teilnahme, Themenkonzept (Skizze)
<b>Geht in die Endnote ein</b>	Ja
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• was Kommunikation ist, wie sie abläuft und welche Rolle dabei die Psychologie spielt.</li> <li>• wie Gesprächspartner und Mediennutzer Kommunikation erleben und wie sie sich dabei verhalten.</li> <li>• was die Medien mit Menschen machen (Wirkung) und was Menschen mit den Medien machen (Nutzung).</li> </ul> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situationen und Sachverhalte in Unternehmen und Wirtschaft, in denen Erkenntnisse der Medien- und Kommunikationspsychologie relevant sind.</li> <li>• Erleben und Verhalten in Kommunikationssituationen und bei der Mediennutzung beschreiben und in Ansätzen erklären.</li> </ul>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Medien- &amp; Kommunikationspsychologie</li> <li>• Theorien und Modelle der Individual-, Gruppen- und Massen(medien)kommunikation</li> <li>• Ansätze und Modelle der Mediennutzung und -wirkung</li> </ul>
<b>Medien</b>	Beamer, Laptop, Whiteboard, Flipchart, Pinwand und nach Absprache
<b>Literatur</b>	<p>Frindte, W., &amp; Geschke, D. (2019). <i>Lehrbuch Kommunikationspsychologie</i>. Weinheim: Beltz.</p> <p>Jäckel, M., Fröhlich, G., &amp; Röder, D. (2019). <i>Medienwirkungen kompakt</i>. 2. Aufl. Springer VS, Wiesbaden.</p> <p>Röhner, J., Schütz, A., &amp; Schütz, A. (2020). <i>Psychologie der Kommunikation</i>. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer VS.</p>