

Kurs: Medien- und Kommunikationspsychologie

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