

## Seminar: Strategische Unternehmenskommunikation

<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Michael Bürker
<b>Teilnahme- voraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	Studienarbeit (inkl. Foliensatz zum Referat)
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Regelmäßige Anwesenheit und Kurzreferat
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja
<b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• sind die Studierenden mit den Standards wissenschaftlichen Arbeitens vertraut und vorbereitet auf das eigenständige Verfassen einer Bachelorarbeit.</li><li>• kennen die Studierenden die wichtigsten Theorien und Modelle der Unternehmenskommunikation.</li><li>• verstehen die Studierenden die Relevanz der Kommunikation im Stakeholder-Management.</li><li>• können die Studierenden die wichtigsten Handlungsfelder und Instrumente der Unternehmenskommunikation beschreiben und abgrenzen.</li><li>• können die Studierenden die Zusammenhänge zwischen Wertschöpfung und Kommunikation beschreiben und erläutern.</li><li>• kennen die Studierenden den Prozess des Kommunikationsmanagements und können die zentralen Elemente von Kommunikationsstrategien und -taktiken einordnen.</li></ul>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fachlicher Teil: Theorien und Modelle der Unternehmenskommunikation: Kommunikation in der Öffentlichkeit, Kommunikation im Stakeholder-Management, Wertschöpfung durch Kommunikation, Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation, Integrierte Kommunikation und Prozess des Kommunikationsmanagements.</li><li>• Methodischer Teil: Wissenschaftliches Arbeiten.</li></ul>
<b>Medien</b>	Tafel, Beamer, Flipchart, Pinwand, Zoom

<b>Literatur</b>	<p>Bruhn, M. (2015): Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 8. Aufl. München: Vahlen.</p> <p>Fröhlich, R., Szyszka, P. &amp; Bentele G. (Hrsg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. 3. überarb. u. erw. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Zerfaß, A., Piwinger, M., Röttger, U. (Hrsg.) (2022): Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie – Management – Wertschöpfung. 3. vollst. überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler. (Reference Book bereits online verfügbar)</p> <p>Röttger, U., Kobusch, J. &amp; Preusse, J. (2018): Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.</p>
------------------	--