



MASTERLEHRGANG

STRATEGISCHE KOMMUNIKATION UND PR (MSC)

MODULBESCHREIBUNGEN

Startmodul: Einführung und Basiskompetenzen

Ziel

Ziel des Moduls ist, Ihnen jene Kompetenzen zu vermitteln, auf die Sie im gesamten Studium immer wieder zurückgreifen werden. Dazu zählen einerseits Kompetenzen im Umgang mit unserem E-Learning-System, das den Blended-Learning-Prozess unterstützt, und andererseits Informationskompetenzen zur Auffindung und zum Umgang mit wissenschaftlichen Quellen.

Inhalte

- Einführung: IT-Systeme (DUK-Online, 'Bibliotheksführung', Moodle etc.)
- Transdisziplinarität im Department
- Das Studium: Arbeiten in interdisziplinären Teams
- Das Studium: Selbst- und Zeitmanagement, Lern- und Lesetechniken
- Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung
- Schreibwerkstatt: Textsorten, Qualitätskriterien
- Ganzkörperliche Kommunikation

Kompetenzerwerb

Sie verfügen über Kenntnisse im Umgang mit lernunterstützenden Instrumenten und Methoden, welche im Studium eingesetzt werden. Sie können wissenschaftlichen Quellen für Modularbeiten und für Ihre Master Thesis verarbeiten. Schließlich haben Sie Ihren Präsentationsstil reflektiert und verbessert.

Grundlagen der Kommunikation

Ziel

Das Modul vermittelt ausgewählte kommunikationswissenschaftliche und kommunikationspsychologische Theorien und Modelle. Es ist für alle Studienrichtungen relevant, die Aspekte der Unternehmenskommunikation behandeln. Sie erfahren in diesem Modul, nach welchen Dynamiken Kommunikation abläuft und wie dies bei PR, Interner Kommunikation, Marketing und Werbung Berücksichtigung findet.

Inhalte

- Ausgewählte Modelle und Theorien der Kommunikationswissenschaft
- Massenkommunikation in Abgrenzung zu anderen Kommunikationsformen
- Überblick über Aufgabenfelder und Trends der Organisationskommunikation
- Anwendungsbeispiele zu PR, Interner Kommunikation, Marketing und Werbung
- Kommunikationspsychologie und persuasives Marketing

Kompetenzerwerb

Sie sind in der Lage, ausgewählte Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft erklären zu können. Sie verstehen es, kommunikationswissenschaftliche Disziplinen voneinander zu unterscheiden. Sie sind mit dem am Department gepflegten Verständnis von Transdisziplinarität vertraut. Sie können Effekte der Kommunikationspsychologie beschreiben und im eigenen Arbeitsumfeld berücksichtigen.

Strategische Organisationskommunikation

Ziel

Das Modul führt in Grundlagen der Integrierten Kommunikation ein. Es werden unter anderem Markenmanagement und Markenrecht vermittelt. Die TeilnehmerInnen beschäftigen sich mit dem idealtypischen Zusammenspiel zwischen interner und externer Kommunikation. Sie erlernen Methoden zur Strategieentwicklung in einem dynamischen Umfeld. Wirtschaftsethik und CSR-Kommunikation runden das Modul ab.

Inhalte

- Grundlagen und Modelle von Integrierter Kommunikation und Stakeholder Management
- Markenaufbau und -management in einem dynamischen Umfeld mit Einblicken ins Markenrecht
- Zusammenspiel zwischen interner und externer Kommunikation
- Dynamische Strategieentwicklung und Strategieplanung
- Wirtschaftsethik und CSR-Kommunikation

Kompetenzerwerb

In diesem Modul lernen Sie, die strategische Positionierung von Unternehmen, Produkten oder Dienstleistungen in unterschiedlichen Situationen fachlich zu begleiten und dabei auf die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen Bedacht zu nehmen. Als wesentliche Grundlagen dazu können Sie Integrierte Unternehmenskommunikation, Stakeholder Management sowie Markenaufbau und -pflege anwenden.

General Management

Ziel

Ziel dieses Moduls ist, Ihnen die Themen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre praxisnah näher zu bringen. Sie erhalten eine Einführung in die betrieblichen Funktionen, wie Strategisches Management, Marketing, Personal, Logistik, Investition und Finanzierung. Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Rechnungswesen auf der Finanzbuchhaltung, dem Jahresabschluss und der Kostenrechnung.

Inhalte

- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (ABWL)
- Übersicht der betrieblichen Funktionen der Betriebswirtschaftslehre
- Strategisches Management, Analyse- und Strategieinstrumente
- Rechnungswesen: Finanzbuchhaltung, Kostenrechnung, Jahresabschluss

Kompetenzerwerb

Im Anschluss an dieses Modul können Sie die wesentlichsten Funktionen der ABWL und ihre Zusammenhänge im Management einordnen. Sie haben einen Überblick über interne und externe Analysemethoden und können strategische Planungen im Unternehmen umsetzen. Sie wissen über die Grundlagen der Gewinnermittlung Bescheid und können die Gliederung von Bilanz und G&V-Rechnungen nachvollziehen.

Strategische Online-Kommunikation

Ziel

Erfolgreiche Strategien in den Social Media verfolgen eigene Gesetze, welche die Studierenden kennen und mit ihnen umgehen lernen. Studierende wissen nach Abschluss dieses Moduls, wie sie mittels Online-Kommunikation ihre Zielgruppen erreichen, beachten dabei die rechtlichen Rahmenbedingungen und wissen die Erkenntnisse aus der Analyse unterschiedlichster Daten einzuarbeiten.

Inhalt

- Strategien für Social Media und die digitale Kommunikation
- Social Media Marketing
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Marketing & Cases
- Content Marketing
- Marktforschung im Netz
- Geschäftsmodelle im Social Web

Kompetenzerwerb

Social Media Strategien können ausgearbeitet und umgesetzt werden. Zielgruppen werden trennscharf identifiziert, angesprochen und erreicht. Durch die Arbeit an realen Cases wird das theoretische Wissen mit der praktischen Anwendung verknüpft. Das Wissen zu rechtlichen Aspekten und der Marktforschung gibt Sicherheit in der Umsetzung der Online-Geschäftsmodelle.

Medienarbeit

Ziel

Das Modul qualifiziert die TeilnehmerInnen, Medienarbeit für Unternehmen unterschiedlichster Branchen zielgerichtet durchzuführen. Es wird zunächst ein Einblick in die Medienlandschaft und Medienökonomie gegeben. Die TeilnehmerInnen beschäftigen sich mit Instrumenten und Strategien der Medienarbeit, erhalten einen Einblick in das Medien- und Urheberrecht und lernen Methoden der Evaluierung kennen.

Inhalte

- Einführung in Medienlandschaft und Theorien der Medienökonomie
- Instrumente der Medienarbeit und ihr strategischer Einsatz
- Medien- und Urheberrecht
- Zusammenarbeit zwischen PR und Journalismus
- Erfolgsmessung von Medienarbeit und sonstigen PR-Instrumenten

Kompetenzerwerb

Sie können die Medienlandschaft des DACH-Raums anhand bestimmter Kennzahlen bewerten. Sie sind in der Lage, Strategien und Instrumente der Medienarbeit unter Einhaltung des Medien- und Urheberrechts orchestriert anzuwenden. AbsolventInnen des Moduls verstehen es, eine tragfähige Arbeitsbeziehung zwischen Kommunikationsverantwortlichen und JournalistInnen aufzubauen.

Interne Kommunikation

Ziel

Die Interne Kommunikation in Unternehmen und Organisationen steht in diesem Modul im Vordergrund. Studierende lernen welche Ziele, Aufgaben, Grenzen und Einflussmöglichkeiten die Position der Internen KommunikatorIn eröffnet und wie mit ihnen umgegangen werden kann. Sie erhalten Praxiswissen, wie die Interne Kommunikation gelingen und zur Motivation sowie Loyalität der Mitarbeitenden beitragen kann.

Inhalte

- Aufgabengebiete
- Instrumente
- Anwendungsfelder
- Stakeholder Kommunikation intern
- Umgang mit Führung und Management
- Innovative Kommunikationstechniken

Kompetenzerwerb

Sie erschließen sich die Möglichkeiten und Grenzen der Internen Kommunikation in Organisationen. Sie erstellen interne Kommunikationsmaßnahmen sicher und setzen diese kompetent mit den entsprechenden Instrumenten um. Sie können die Bedeutung interner Stakeholder beurteilen, diese punktegenau ansprechen und für interne Kommunikationsaufgaben sensibilisieren.

Krisenkommunikation und Krisenmanagement

Ziel

Das Modul vermittelt Grundlagen und Management der Krisen- bzw. Risikokommunikation. Die TeilnehmerInnen lernen, dieses Know-how branchen-unabhängig in der Praxis anzuwenden. Im Fokus stehen Prävention, Krisen-Akutphase sowie das Reputationsmanagement nach krisenhaften Ereignissen. Neben Strategien und Instrumenten wird die Implementierung von Krisen-kommunikation in Unternehmen vermittelt.

Inhalte

- Grundlagen der Krisen- und Risikobewertung aus Sicht des/der Kommunikationsverantwortlichen
- Strategien und Instrumente der Krisenkommunikation
- Krisensimulation mit verteilten Rollen
- Implementierung von Krisen- und Risikomanagement im Unternehmen
- Reputationsmanagement intern und extern nach krisenhaften Ereignissen

Kompetenzerwerb

Sie werden befähigt zur Bewertung von Unternehmensrisiken und -krisen hinsichtlich Art, Ursache und Dynamik. Die TeilnehmerInnen erlernen die Planung sowie Umsetzung von Krisen- bzw. Risikokommunikation für unterschiedliche Szenarien. Sie erwerben Know-how zur Implementierung eines Krisen- und Risikomanagements samt Personaleinsatz und können Reputationsmanagement nach Krisen anwenden.

Seminar zu aktuellen Kommunikation-Themen (in Krems)

Ziel

Dieses Modul dient der Vertiefung und Abrundung von Themen, die sowohl in Ihrem jeweiligen Studium als auch Studiums übergreifend relevant sind. Dabei geht es um die Vorstellung und Reflexion der aktuellsten Entwicklungen Ihres Faches sowie von verwandten Themen.

Inhalte

Die Inhalte variieren von Jahrgang zu Jahrgang. Damit werden aktuelle Entwicklungen, aber auch die Bedürfnisse der jeweiligen Studierendengruppen optimal berücksichtigt.

Themen in den bisherigen Jahrgängen waren unter anderem:

- Kommunikation, Konflikt und Empathie
- Kreativitätstechnik
- Neuroleadership – das Gehirn als Führungsinstrument
- Schwierige Auditsituationen souverän meistern
- Systemisches Denken und Handeln
- Systemisches Wissensmanagement
- Value Management – Werte von Produkten und Dienstleistungen systematisch steigern
- Visualisierung und Soziale Netzwerkanalyse

Kompetenzerwerb

Sie sind mit aktuellen Trends aber auch aktuell gebliebenen „Klassikern“ Ihrer Studienthemen sowie fachlich verwandter Themen vertraut. Sie haben State of the Art Instrumente praktisch angewendet – entweder im Rahmen eines Workshops und/oder als Fallbeispiel. Sie sind in der Lage diese Instrumente zu reflektieren und können diese hinsichtlich Einsatzbereich, Umsetzbarkeit und Praxistauglichkeit bewerten.

+ Wahlfach (in Krems oder Düsseldorf*)

Das Wahlmodul findet an der Donau-Universität Krems statt. Es kann aus einer Vielzahl an Fächern aus dem Studienbereich "Bildung, Medien und Kommunikation" ausgewählt werden.

Achtung: Für **Nicht-Akademiker** entfällt das Wahlmodul zugunsten eines zusätzlichen Pflichtmoduls "Wissenschaftliches Arbeiten".

*bei Belegung des **DIKOM-Moduls „Crossmediale Kampagnen und Storytelling“** in Düsseldorf

Wissenschaftliches Arbeiten

Dieses Modul ist **nur für Nicht-Akademiker ein Pflichtmodul**. Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit universitärem Abschluss können stattdessen ein Wahlmodul belegen.

Ziel

Ziel dieses Moduls ist, Sie in die Wissenschaftstheorie einzuführen und Ihnen einen guten Überblick über Forschungsmethoden zu geben. Sie werden befähigt, Ihre Masterthesis unter Berücksichtigung der Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens eigenständig zu verfassen.

Inhalte

- Einführung Wissenschaftstheorie
- Formulierung von Forschungsfragen
- Ausarbeitung eines Forschungsdesigns
- Methoden der Datenerhebung und Auswertung: Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse
- Statistik: deskriptive Methoden der Datenauswertung
- Verfassen wissenschaftlicher Texte
- Beispiele für Master-Thesen und Forschungsprojekte
- Der Weg zur Master-Thesis

Kompetenzerwerb

Nach Absolvierung dieses Moduls sind Sie in der Lage, eine wissenschaftlich bearbeitbare Forschungsfrage zu formulieren, mit wissenschaftlicher Literatur zu arbeiten, ein Forschungsdesign für die Forschungsfrage zu entwickeln, Forschungsinstrumente zum Einsatz zu bringen sowie die Ergebnisse zu dokumentieren, zu interpretieren und damit die Forschungsfrage zu beantworten.