

Gültig ab 2026.HS

Modulbezeichnung: Werkstatt 2: Management und Prozesse		
Modulkürzel	I.BA.KM.CC-WST2.26HS	
ECTS Credits	5	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Modulkategorie	Modultyp Pflichtmodul	Studienabschnitt
Modulverantwortung	Janine Radlingmayr	
Beschreibung des Moduls	Das Semester ist in Einheiten aufgeteilt: • Prozesse in der Praxis • Kommunikation und Transformation • Projektmanagement • Auftrittskompetenz • CEO- und Krisenkommunikation Es werden die folgenden Lerninhalte thematisiert: • Zentrale Kommunikationsprozesse verstehen • Corporate Image: Krisenkommunikation, Positionierung der Unternehmensführung, Thought Leadership, Events • Kommunikationscontrolling und Reputationsmessung • Identitätsorientiertes Kommunikationsmanagement • Mit internen und externen Zielgruppen angemessen kommunizieren: UX-Writing, Fachsprache • Social Media Strategy: Community Management, Social Listening • Medienarbeit • Auftritt vor der Kamera: medienwirksam, prägnant und authentisch • Best Practices, Cases und (KI-)Tools • Neuigkeiten aus der CC-Forschung	

Modulbezeichnung: Werkstatt 2: Management und Prozesse

Lernziele des Moduls	Haltung - Die Studierenden nehmen verschiedene Perspektiven ein und managen Kommunikationsprozesse souverän. Gäste aus der Praxis befragen sie zu deren Kommunikationsherausforderungen und beraten sie. Hierbei setzen sie ihre in vergangenen Modulen erworbenen Kompetenzen strategisch sowie effektiv ein. Die Studierenden bringen sich im Modul proaktiv ein. Wissen - Die Studierenden festigen ihr Wissen über strategische Prozesse der Planung, Entwicklung, Ausführung und Evaluierung der Corporate Communication. Dazu gehören in diesem Modul Employer Branding, Krisenkommunikation, CEO-Kommunikation und Projektmanagement. Sie lernen vor der Kamera effektiv zu agieren. Diverse Praxis-Cases zeigen den Studierenden, wie Unternehmen und Organisationen ihre Kommunikation erfolgreich managen und messen – auch mit künstlicher Intelligenz. Können - Die Studierenden planen sowie koordinieren Kommunikationsaktivitäten angemessen für verschiedene Stakeholder. Sie können Krisen kommunikativ begleiten und steuern, die Unternehmensführung positionieren, medienwirksam und authentisch auftreten. Projekte managen die Studierenden mit den praxiserprobten Tools effizient und mit Weitsicht. Die Studierenden sind in der Lage, korrekt zu schreiben und zu sprechen. Sie sind in der Lage, Texte hinsichtlich ihrer sprachlichen Qualität zu beurteilen und Grammatik- und Orthografieprobleme unter Verwendung verschiedener Hilfsmittel selbstständig zu lösen. Zudem können die Studierenden Gruppenaufgaben angemessen planen und koordinieren, zielorientiert zusammenarbeiten und die gruppenspezifischen Prozesse steuern und kritisch reflektieren.					
Bestehensbedingungen	Note ≥ 4.0					
Leistungsbeurteilung		Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung	Sozialform	Szenario/Format
	Schriftliche Prüfung	Note		50%	Einzelarbeit	
	Andere	Note		50%	Gruppenarbeit	
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	75%					
Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium		
	Unterricht	50 h	10 h			
	Total	50 h	10 h	90 h		