



Gültig ab 2026.HS

Modulbezeichnung: Corporate Communications		
Modulkürzel	I.BA.MK.WP-CC.26HS	
ECTS Credits	3	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Modulverantwortung	Annette Pfizenmayer	
Modulkategorie	Modultyp Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Bestehensbedingungen	Note ≥ 4.0	
Bemerkungen	Das Modul ist 3. Semester als Wahlpflicht- oder Wahlmodul sowie im 5. Semester als Wahlpflichtmodul der Modulgruppe Kompetenzerweiterung wählbar.	

Kursbeschreibung: Corporate Communications	
Modulkürzel	I.BA.MK.WP-CC.26HS.V
ECTS Credits	0
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
Modulverantwortung	Annette Pfizenmayer
Beschreibung des Moduls	Das Semester in drei Einheiten aufgeteilt: A. Einführung in Corporate Communications / in das strategische Kommunikationsmanagement B. Kommunikation in unterschiedlichen Organisationstypen (Wirtschaft, Kultur, Verwaltung) C. Rollen in der Kommunikation und aktuelle Herausforderungen. Einblicke in die Praxis mit Gastreferaten. In allen Einheiten werden die folgenden Lerninhalte thematisiert: • Corporate Communications / Kommunikationsmanagement als strategische Unternehmensfunktion verstehen • Verstehen, dass Kommunikationsmanagement sich je nach Organisationstyp unterscheidet • Aktuelle Herausforderungen kennen • Verstehen, wie Kommunikationsverantwortliche aus professionellen Gründen ihre Rolle ausüben • Verstehen, dass Kommunikationsmanagement die Beziehungen zu den Stakeholdern einer Organisation pflegt und einen Beitrag zur Wertschöpfung (Image, Reputation) leistet
Lernziele des Moduls	Haltung • Die Studierenden sind sich der strategischen Bedeutung von Kommunikationsmanagement für und in unterschiedlichen Organisationen bewusst. • Die Studierenden verstehen, wie Kommunikationsverantwortliche aus professionellen Gründen ihre Rolle ausüben. • Sie können für sich entscheiden, ob dies ein künftiges Berufsfeld für sie sein könnte. Wissen • Die Studierenden verstehen, dass Corporate Communications (CC), auch Organisationskommunikation (OK) oder Unternehmenskommunikation (UK) genannt, eine strategische Unternehmensfunktion ist. • Sie verstehen, dass diese Unternehmensfunktion eine Tätigkeit beschreibt, die als Kommunikationsmanagement bezeichnet wird. • Sie wissen, dass Kommunikationsmanagement die kommunikativen Beziehungen zwischen der Organisation und den für diese relevanten Bezugsgruppen steuert – mit dem Ziel, über autorisierte Kommunikation die Images und letztlich die Reputation der Organisation im gewünschten Sinne zu beeinflussen. Sprache spielt hier eine zentrale Rolle. • Sie verstehen, dass sich an Kommunikationsverantwortliche, je nach Organisationstyp und Wirkungsfeld (Wirtschaft, Politik, Kultur), unterschiedliche Anforderungen stellen. Sie wissen, was die Praxis des Kommunikationsmanagements aktuell beschäftigt. Können • Kriterien für Good/Best Practice erkennen, anwenden und lösungsorientiert argumentieren. Potenzial der Mehrsprachigkeit sowie der damit verbundenen Berufschancen in der CC/OK/UK durch Einblicke in verschiedene Praxisfelder erkennen und benennen.
Bestehensbedingungen	Note $\geq$ 4.0

Kursbeschreibung: Corporate Communications

Leistungsbeurteilung						
	Modulendprüfung	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung	Sozialform	Szenario/Format
	Schriftliche Prüfung digital	Note	30	100%	Einzelarbeit	Open-Book
		Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung	Sozialform	Szenario/Format
	-	-	-	-	-	-
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	gemäss Moodle					
Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium		
	Unterricht	18 h	-			
	Total	18 h	0 h	72 h		
Bemerkungen	Schriftliche Prüfung in den Prüfungswochen Dauer: DEU GS: 30 Minuten / DEU FS: 45 Minuten Hilfsmittel: Unterlagen aus dem Unterricht und eigene Mitschriften.					