Gültig ab 2027.FS

Modulbeschreibung: Corporate Communication

Modulkürzel	w.MA.XX.CORC.26HS
ECTS Credits	3
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
Beschreibung des Moduls	Das Modul ist praxis- und caseorientiert und vermittelt, wie Unternehmen ihre Kommunikation planen, steuern und umsetzen. Im Zentrum stehen die Analyse der Unternehmenskommunikation anhand des Stakeholder-Ansatzes, die Kommunikationsstrategie, die Medienarbeit (Media Relations) sowie die interne Kommunikation. Die Studierenden wenden das Wissen an realen Unternehmensbeispielen an. Sie analysieren zuerst die Kommunikation eines Unternehmens und leiten daraus Handlungsfelder ab. Anschliessend entwickeln sie für ein Handlungsfeld eine PR-Kampagne bzw. einen Massnahmenplan und präsentieren das Konzept im Pitch. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Auftrittskompetenz, die in Trainings und in Präsentationen vor der Klasse sowie vor Kamera und/oder Mikrofon geübt wird, ganz im Sinne eines möglichen Einsatzes als Communication Manager / Pressesprecher:in von Unternehmen. Mit Lernprotokollen reflektieren die Studierenden zudem ihren eigenen Lernprozess.
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	David Kübler
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Business Administration - Vertiefung in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	**Modultyp** Wahlpflichtmodul
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	• Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	**Fachkompetenz** • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren **Methodenkompetenz** • Problemlösung & Kritisches Denken • Wissenschaftliche Methoden • Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren • Nutzung von Informationen • Kreativität & Innovation **Sozialkompetenz** • Schriftliche Kommunikation • Mündliche Kommunikation • Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten • Interkulturalität & Perspektivenübernahme **Selbstkompetenz** • Selbstmanagement & Selbstreflexion • Ethische & Soziale Verantwortung • Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden...

Modulbeschreibung: Corporate Communication

	• können zentrale Konzepte und Modelle der Corporate Communication wiedergeben und einordnen (z.B. Stakeholder-Ansatz, Newsroom-Modell, Nachrichtenwert-Theorie, Grundlagen der Medienarbeit). • können die Kommunikation einer Organisation anhand realer Cases systematisch analysieren (Stakeholder, Botschaften, Kanäle, Wirkung). • können daraus priorisierte und begründete Handlungsfelder für die Kommunikation ableiten. • können aktuelle Cases und Trends theoriegeleitet einordnen und im Plenum vertreten. • können eine stimmige PR-Kampagne bzw. einen Massnahmenplan inklusive Medienarbeit konzipieren. • können ihr Konzept hinsichtlich Wirksamkeit und Machbarkeit begründen und eine Erfolgsmessung (KPIs) entwickeln. • können Analysen und Konzepte im Team erarbeiten, mit souveränem Auftreten präsentieren und in Medienformaten (z.B. TV oder Radio Statement, Interview) vertreten. • können ihr eigenes Lernen und ihre Erkenntnisse aus den Unterrichtseinheiten reflektieren und daraus Konsequenzen für die eigene Praxis ableiten.
Inhalte des Moduls	• Einführung in die Corporate Communication und Stakeholder-Ansatz als Analysewerkzeug • Kommunikationsstrategie (Ziele, Zielgruppen, Botschaften, Positionierung) • Medienarbeit und Media Relations (Newsroom-Modell, Nachrichtenwert-Theorie, Zusammenarbeit mit Medien) • Content- und Kanalstrategie • Interne Kommunikation • Von der Analyse zur Kampagne (Handlungsfelder, Kreativkonzept, Kanal Mix, Massnahmenplan) • Kommunikationscontrolling und Erfolgsmessung (KPIs) • Auftritts-, Präsentations- und Medienkompetenz (Pitch, Statement und Interview vor Kamera und/oder Mikrofon) • Fallstudien aus der Praxis zur Analyse der Kommunikation realer Unternehmen
Digitale Lernressourcen	• Keine
Unterrichtsmethoden	• Übungen • Lehrgespräch • Anwendungsaufgaben • Lehrvortrag • Problemorientierter Unterricht • Fallstudien • Projektarbeit **Eingesetzte Sozialformen** • Einzelarbeit • Gruppenarbeit
Unterrichtsgliederung	

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Vorlesung	12 h	-	
Übung	8 h	-	
Projektarbeit	4 h	24 h	
Seminar	4 h	-	
Total 90	**28 h**	**24 h**	**38 h**

Modulbeschreibung: Corporate Communication

Leistungsnachweise

Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-			
Hilfsmittel			

Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15	20.00%
Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	20	70.00%
Lernprotokolle *Die Studierenden reflektieren fünf Unterrichtseinheiten in je einem kurzen Lernprotokoll (maximal eine A4-Seite) anhand vorgegebener Leitfragen. Die Protokolle werden benotet. Form und Kriterien werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben. Werden nicht alle fünf Protokolle eingereicht, wird dieser Anteil mit der Note 1 bewertet.*	Note	Einzelarbeit	0	10.00%

Präsenzverpflichtung

Andere

Anwesenheitspflicht an den beiden Präsentationsterminen (Leistungsnachweis 1 und 2). Für die fünf obligatorischen Lernprotokolle ist zudem die Teilnahme an den jeweiligen Unterrichtseinheiten erforderlich. Die Studierenden wählen dafür fünf Einheiten aus. Die zur Auswahl stehenden Einheiten werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Bemerkungen

Leistungsnachweis 1 (20 %)
Kommunikationsanalyse. Die Gruppen analysieren die Kommunikation eines realen Unternehmens, leiten daraus Handlungsfelder ab und präsentieren ihre Ergebnisse.

Leistungsnachweis 2 (70 %)
PR-Kampagne bzw. Massnahmenplan. Die Gruppen entwickeln für ein Handlungsfeld ein Kampagnenkonzept und präsentieren es im Pitch, einschliesslich eines kurzen Medienstatements oder Interviews.

Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.