

## Modulbezeichnung

412-045 Marketing/ Kommunikationsmanagement: Kommunikationsmanagement

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r:</b> Prof. Dr. Herbert Sperber		
<b>Dozent/in:</b> Jens Blankenburg (M.A. Organisationsdesign) Patrick Schreiner (M.A. Organisationsdesign)	<b>Status:</b> Lehrbeauftragter	
<b>Modulart:</b> Wahlpflichtfach	<b>ECTS-Punkte:</b> 6	<b>Doppelstunden:</b> 12

## Prüfungsleistungen

**Art:**  
K 90

## Lernziele

In dem Modul Kommunikationsmanagement erlangen die Studierenden ein tiefes Verständnis über:

- die Grundregeln der Kommunikation und der Frage, warum diese komplex ist
- Definition, Ziele und Disziplinen von Organisationskommunikation
- Human-Centered Communication
- die Konzipierung von Kommunikationsbotschaften auf Basis eines nutzerzentriert entwickelten Wertversprechens eines Unternehmens und mit Hilfe der „Jobs to be done“-Theorie
- User Journey Mapping als innovative Methode um Kundenreisen darzustellen und Services bedarfsgerecht zur Verfügung zu stellen
- erfolgreiche Kommunikation durch Storytelling-Ansätze und Empathy-Mapping
- die Relevanz, Funktions- und Wirkungsweisen von Marken auf Basis des Shannon-Weaver-Modells
- die Theorie und die Anwendung von Instrumenten der Markenbildung und -kommunikation
- klassische und moderne Kommunikations-Tools wie Influencer-Marketing und deren Nutzen und Risiken

- integrierte Veränderungskommunikation und die Potentiale von informeller Kommunikation

### **Lerninhalte**

siehe Lernziele

### **Lehr-/Lernmethoden**

Vorlesung, Referate, Gruppenarbeiten, Gruppenübungen.

### **Dozenten**

Jens Blankenburg (M.A. Organisationsdesign)

Als Senior Coaching Associate begleitet Jens Blankenburg Corporate Startups bei der Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle im Bereich New Digital Business bei der Deutschen Bahn in Frankfurt am Main. Dabei steht die Befähigung von Mitarbeitenden mittels Frameworks wie Lean Startup und (Service) Design Thinking im Mittelpunkt.

Patrick Schreiner (M.A. Organisationsdesign)

Patrick ist Senior Manager bei HUGO BOSS und gestaltet mit seinem Team das Thema Demand Driven Supply für die beiden Marken BOSS und HUGO. Davor begleitet er bei HUGO BOSS und als Consultant verschiedenste Projekte wie Transformation-Programme, Verbesserungs-Initiativen in der ganzen Wertschöpfungskette oder Digitalisierungs-Projekte.

Berufsbegleitendes Studium zur Externenprüfung als Bachelor B.A.