

Modulbezeichnung

VI.8 Kommunikationsmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r:
Prof. Dr. Herbert Sperber

Modulart:
Wahlpflichtfach

ECTS-Punkte:
5

Doppelstunden:
8

Prüfungsleistungen

Art:
K 90

Lernziele

Die Studenten werden in die Lage versetzt ganzheitlich, systemisch Kommunikation zu verstehen und konkrete Kommunikationskampagnen auf Basis des zentralen Werteversprechens des Unternehmens zu designen und umzusetzen.

Anwendung von spezifischen Methoden zur Planung und Umsetzung einer Kommunikationskampagne -> Design Thinking, Business Model Canvas, Commitmentkurve, Transformationskurve, Storytelling, SCRUM u.s.w

Ermitteln von Nutzerbedürfnissen im Kontext Kommunikation, Entwickeln von geeigneten Ideen zur Bedürfniserfüllung.

Modulelemente

Kommunikationsmanagement

Dozent/in:

Dipl. Betriebswirt (FH) Alexander Romppel
Simon Diegmann M.A.

Beschreibung Modulelement

VI.8 Kommunikationsmanagement

Organisation

Dozent/in: Dipl. Betriebswirt (FH) Alexander Romppel; Simon Diegmann M.A.	Status: Lehrbeauftragte
ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 8

Lerninhalte

- Vermitteln der theoretischen Grundlage zur systemischen Kommunikation
- Ermitteln von Bedürfnissen von Kunden anhand einer Challenge des Tages
- Eingrenzen von Bedürfnissen zur weiteren Bearbeitung
- Entwickeln einer Kommunikationskampagne für ein bestimmtes Szenario mit Hilfe von spezifischen Methoden (siehe Lernziele)
- Iteratives Vorgehen und ständige Überprüfung der Vorgehensweise anhand Design Thinking

Lehr-/Lernmethoden

Einführende Frontalvorlesung zur systemischen Kommunikation
Interaktives Anwenden der Design Thinking Methode mit eingeschobenen Theorieblöcken

Literatur/Lehrmaterial

Vorlesungsskript