



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# **Veranstaltungskatalog**

## **Bachelor Kommunikationsmanagement**

Sommersemester 2024

Campus Lingen  
Fakultät Management, Kultur und Technik  
Institut für Kommunikationsmanagement

# Inhaltsverzeichnis

<b>Studienverlaufsplan Bachelor Kommunikationsmanagement .....</b>	<b>3</b>
<b>Veranstaltungskommentare 2. Semester Bachelor of Arts.....</b>	<b>8</b>
Modul 74B0090 – Propädeutik II.....	8
74B0090-1SE Seminar: Wissenschaftliches Denken und Arbeiten .....	8
74B0090-2-UE Übung zum wissenschaftlichen Arbeiten .....	9
Modul 740091 – Präsentation und Pressearbeit .....	10
74B0091-1-UE Übung Pressearbeit .....	10
74B0091-2-UE Übung: Rhetorik und Präsentation.....	11
74B0091-3-VL Vorlesung: Rhetorik und Präsentation.....	12
Modul 74B0079 – Arbeitsfelder im Kommunikationsmanagement .....	13
74B0079-1-VL Ringvorlesung: Arbeitsfelder im Kommunikationsmanagement .....	13
74B0079-2-UE Übung: Handwerkskasten PR.....	14
Modul 74B0045 – Öffentlichkeitsarbeit in Agenturen und Unternehmen (Praxisphase 1) .....	15
74B0045-1-PR Praxisphase 1 und Coaching .....	15
74B0045-2-SE Praxisseminar .....	15
<b>Veranstaltungskommentare 4. Semester Bachelor of Arts.....</b>	<b>16</b>
Modul 74B0092 – Journalismus und PR.....	16
74B0092-1-VL Vorlesung Journalismus und PR .....	16
74B0092-2-SE Seminar Ethik der PR.....	18
74B0092-3-SE Themenseminar Journalismus 1: Landwirtschaft und Medien.....	19
74B0092-3-SE Themenseminar Journalismus 2: Politik und Medien – zur Bedeutung von Social-Media-Kanälen in der politischen Kommunikation.....	20
74B0092-3-SE Themenseminar Journalismus 3: Die lange Form – Reportage, Porträt und Feature.....	21
74B0092-4-PJ Praxisphase Journalismus: wo-ist-eigentlich.lingen.de (WIEL).....	22
74B0092-4-PJ Praxisphase Journalismus: Campus TV, Campus Radio, Podcast .....	23
Modul 74B0068 – Wirkungsforschung und Evaluation von Kommunikation .....	24
74B0068-1-VL Vorlesung Medienwirkungsforschung .....	24
74B0068-2-SE Themenseminar 1: Kommunikationscontrolling .....	26
74B0068-2-SE Themenseminar 2: Wirkungsforschung und Evaluation von Kommunikation .....	27
Modul 74B0094 – Empirische Kommunikationsforschung .....	28
74B0094-1-VL Vorlesung: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung.....	28
74B0094-2-SE Seminar: Methodische Vertiefung 1: Gruppendiskussion.....	29
74B0094-2-SE Methodische Vertiefung 2: Gesprächsanalyse .....	30
74B0094-2-SE Methodische Vertiefung 3: Qualitative Inhaltsanalyse .....	31
74B0094-3-UE Übung Datenanalyse 1: „Warum studierst du das eigentlich? Berufsfelder und Karriereoptionen als Gründe für Studiengangentscheidung.“ .....	32
74B0094-3-UE Übung Datenanalyse 2: Humor ist, wenn man trotzdem lacht .....	33

74B0094-3-UE Übung Datenanalyse 3: Mediennutzung und Parteipräferenz.....	34
74B0094-4-PJ Empirisches Forschungsprojekt 1: „Warum studierst du das eigentlich? Berufsfelder und Karriereoptionen als Gründe für die Studiengangsentscheidung.“ .....	35
74B0094-4-PJ Empirisches Forschungsprojekt 2: Humor ist, wenn man trotzdem lacht .....	36
74B0094-4-PJ Empirisches Forschungsprojekt 3: Mediennutzung und Parteipräferenz.....	38
<b>Veranstaltungskommentare 6. Semester Bachelor of Arts.....</b>	<b>39</b>
Modul 74B0088 – Theorie-Praxis-Reflexion .....	39
74B0088-1-SE Seminar: Theorie und Praxis des Kommunikationsmanagements .....	39
Modul 74B0069 – Wissenschaftliches Projekt .....	40
74B0069-1-SE Begleitseminar inkl. Coaching.....	40
Modul 74B0008 – Bachelorarbeit mit Colloquium.....	41
<b>Freiwillige Zusatzleistungen des Instituts bzw. für verschiedene Fachsemester .....</b>	<b>42</b>
74B9004-1-SE Current topics in communications management.....	42
74B9005-1-VL Statistik I – Vorlesung.....	43
74B9007-1-PJ Zusatzveranstaltung: Campus Radio, Campus TV, Audio- und Videopodcast....	44
74B9008-1-PJ Zusatzveranstaltung: wo-ist-eigentlich-lingen.de (WIEL) .....	45

# Studienverlaufsplan Bachelor Kommunikationsmanagement

gültig seit WS 21/22

## 1. Studienabschnitt

1. Semester				
Modulnummer	Modulname	Leistungspunkte	Prüfungsart (PL = benotet UPL= unbenotet)	
Veranstaltungsnr.	Veranstaltungsname		<i>benotet</i>	<i>unbenotet</i>
<b>74B0075</b>	<b>Propädeutik I</b>	5		
74B0075-1-VL	Ringvorlesung			APS
74B0075-2-SE	Propädeutik des wissenschaftlichen Arbeitens		K2	
74B0075-3-SE	Kommunikationsmanagement studieren			RT
<b>74B0026</b>	<b>Grundlagen des Kommunikationsmanagements</b>	5		
74B0026-1-VL	Vorlesung: Einführung in das Kommunikationsmanagement		(K2/AWV)	
74B0026-2-SE	Seminar: Perspektiven des Kommunikationsmanagements			R/APS
<b>74B0036</b>	<b>Kommunikationskonzept</b>	5		
74B0036-1-SE	Seminar: Konzeptionstechnik		R/HA/M	
74B0036-2-UE	Übung: Kommunikationskonzept			APS/PR/ PSC / PMU/FSS
<b>74B0089</b>	<b>Grundlagen und Prinzipien der Medienarbeit und -produktion</b>	5		
74B0089-1-VL	Vorlesung: Grundlagen der visuellen Kommunikation			APS/R
74B0089-2-SE	Seminar: Medienarbeit		R/HA	
74B0089-3-UE	Übung: Medienarbeit			APM
<b>74B0013</b>	<b>Einführung in die journalistische Praxis</b>	5		
74B0013-1-SE	Seminar: Journalistische Darstellungsformen		R	
74B0013-2-UE	Übung: Journalistisches Schreiben			APS
<b>74B0077</b>	<b>Journalismus, Medien, Öffentlichkeit</b>	5		
74B0077-1-VL	Vorlesung: Öffentlichkeit, Medien und Journalismus		(K2)	
74B0077-2-SE	Lektüreseminar Öffentlichkeit, Medien und Journalismus			

2. Semester				
Modulnummer	Modulname	Leistungs- punkte	Prüfungsart (PL = benotet UPL= unbenotet)	
Veranstaltungsnr.	Veranstaltungsname		<i>benotet</i>	<i>unbenotet</i>
<b>74B0090</b>	<b>Propädeutik II</b>	<b>5</b>		
74B0090-1SE	Seminar: Wissenschaftliches Denken und Arbeiten			APS
74B0090-2-UE	Übung zum wissenschaftlichen Arbeiten			HA <sup>1</sup>
<b>74B0091</b>	<b>Präsentation und Pressearbeit</b>	<b>5</b>		
74B0091-1-UE	Übung: Pressearbeit		APS und R	
74B0091-2-UE	Übung: Rhetorik und Präsentation			PR und RT
74B0091-3-VL	Vorlesung: Rhetorik und Präsentation			
<b>74B0079</b>	<b>Arbeitsfelder im Kommunikationsmanagement</b>	<b>5</b>		
74B0079-1-VL	Ringvorlesung: Arbeitsfelder des Kommunikationsmanagements		K2/AWV 50%	
74B0079-2-UE	Übung: Handwerkskasten PR		APS/APP/R 50%	
<b>74B0045</b>	<b>Öffentlichkeitsarbeit in Agenturen und Unternehmen (Praxisphase 1)</b>	<b>15</b>		
74B0045-1-PR	Praxisphase 1 und Coaching			RT
74B0045-2-SE	Praxisseminar			PBS und PR
	<b>Gesamter 1. Studienabschnitt</b>	<b>60</b>		

Abkürzungsverzeichnis:

APM	mediale Arbeitsprobe
APP	praktische Arbeitsprobe
APS	schriftliche Arbeitsprobe
AWV	Antwort-Wahl-Verfahren
FSM	mündliche Fallstudie
FSS	schriftliche Fallstudie
HA	Hausarbeit
K1	Klausur, 1-stündig
K2	Klausur, 2-stündig
M	mündliche Prüfung
PBM	mündlicher Praxisbericht
PBS	schriftlicher Praxisbericht
PL	Prüfungsleistung (benotet)
PMU	mündlicher Projektbericht
PR	Präsentation
PSC	schriftlicher Projektbericht
R	Referat
RT	regelmäßige Teilnahme
SON	Sonstige
UPL	unbenotete Prüfungsleistung

## 2. Studienabschnitt

<sup>1</sup> Bitte beachten: Diese unbenotete Prüfungsleistung darf maximal 2-Mal wiederholt werden, ansonsten gilt diese als nicht bestanden und bedeutet die Exmatrikulation. Siehe hierzu auch den Besonderen Teil der Prüfungsordnung für den Studiengang BKM.

3. Semester				
Modulnummer	Modulname	Leistungspunkte	Prüfungsart (PL = benotet UPL= unbenotet)	
Veranstaltungsnr.	Veranstaltungsname		PL	UPL
<b>74B0080</b>	<b>Studium Generale</b>	5		
74B0080-1-PJ	Projektarbeit inkl. Coaching			APS/APP/ PR
74B0080-2-SE	Gesellschaft und Politik		APS/APM/ FSM/R/PB/ PR	
<b>74B0010</b>	<b>BWL im Kommunikationsmanagement</b>	5		
74B0010-1-VL	Vorlesung: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		K2	
74B0010-2-SE	BWL-Themenseminar			
<b>74B0025</b>	<b>Grundlagen der Kommunikationspsychologie und Kommunikationssoziologie</b>	5		
74B0025-1-VL	Vorlesung: Einführung in die Kommunikationspsychologie und -soziologie		K2/M	
74B0025-2-SE	Seminar: Vertiefung Kommunikationspsychologie und -soziologie			APS
<b>74B0072</b>	<b>Kommunikationsmanagement als Beruf</b>	5		
74B0072-1-SE	Seminar: Themenseminar: Kommunikationsmanagement als Beruf 1		K1/R/HA/M/ FSS (50%)	
74B0072-2-SE	Seminar: Themenseminar Kommunikationsmanagement als Beruf 2		K1/R/HA/M/ FSS (50%)	
<b>74B0093</b>	<b>Vertiefungsschwerpunkt zum Kommunikationsmanagement</b> <b>Mögliche Schwerpunkte:</b> <b>Konzeption und Projektmanagement</b> <b>Strategische Onlinekommunikation</b> <b>Interne Kommunikation</b>	10		
74B0093-1-SE	Projekt/Werkstatt/Seminar		HA/R/PSC/ PR/APP	
74B0093-2-UE	Vertiefungsübung			APP

4. Semester				
Modulnummer	Modulname	Leistungs- punkte	Prüfungsart (PL = benotet UPL= unbenotet)	
			PL	UPL
Veranstaltungsnr.	Veranstaltungsname		PL	UPL
<b>74B0092</b>	<b>Journalismus und PR</b>	15		
74B0092-1-VL	Vorlesung: Journalismus und PR		K1 (25%) und APS (25%)	
74B0092-2-SE	Seminar: Ethik der PR			R und FSM
74B0092-3-SE	Seminar: Themenseminar Journalismus		R/PR (50%)	
74B0092-4-PJ	Praxisphase Journalismus			RT
<b>74B0068</b>	<b>Wirkungsforschung und Evaluation von Kommunikation</b>	5		
74B0068-1-VL	Vorlesung: Medienwirkungsforschung		2 APS (50%)	
74B0068-2-SE	Themenseminar – Wirkungsforschung und Evaluation von Kommunikation		R/HA/M/K2 (50%)	
<b>74B0094</b>	<b>Empirische Kommunikationsforschung</b>	10		
74B0094-1-VL	Vorlesung: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung		K2 (50%)	
74B0094-2-SE	Seminar: Methodische Vertiefung			
74B0094-3-UE	Übung Datenanalyse (in drei Schwerpunkten, wie Vertiefungsschwerpunkt zum Kommunikationsmanagement 74B0093)		PSC (50%)	
74B0094-4-PJ	Empirisches Forschungsprojekt (in drei Schwerpunkten, wie Vertiefungsschwerpunkt zum Kommunikationsmanagement 74B0093)			APS/APP

5. Semester				
Modulnummer	Modulname	Leistungspunkte	Prüfungsart (PL = benotet, UPL= unbenotet)	
Veranstaltungsnr.	Veranstaltungsname		PL	UPL
<b>74B0046</b>	<b>Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen und Agenturen (Praxisphase 2)</b>	15		
74B0046-1-PR	Praxisphase 2			RT
74B0046-2-SE	Seminar: Praxisseminar			PBS und PR
<b>74B0067</b>	<b>Training Medienarbeit und Krisenkommunikation</b>	5		
74B0067-1-UE	Übung: Medienarbeit		R/M/PR	RT
<b>74B0021</b>	<b>Fallanalysen im Kommunikationsmanagement</b>	5		
74B0021-1-SE	Seminar Fallanalysen		FSM/M/R/ FSS/HA/K1	
74B0021-2-UE	Themenseminar Fallanalysen			RT
<b>74B0087</b>	<b>Aktuelle Themen des Kommunikationsmanagements</b>	5		
74B0087-1-VL	Vorlesung			
74B0087-2-SE	Seminar: Themenseminar		AWV/HA/ K2/M/PR/R	APS/APM/ PR
6. Semester				
<b>74B0088</b>	<b>Theorie-Praxis-Reflexion</b>	5		
74B0088-1-SE	Seminar: Theorie und Praxis des Kommunikationsmanagements		R/HA/M	RT
<b>74B0069</b>	<b>Wissenschaftliches Projekt</b>	15		
74B0069-1-SE	Wissenschaftliches Projekt - Begleitseminar		PBS	R/PR
<b>74B0008</b>	<b>Bachelorarbeit mit Colloquium</b>	10	SAA + KQ <sup>2</sup>	
	Gesamter 2. Studienabschnitt	120		

<sup>2</sup> Bei diesem Modul ist der Projektbericht die Bachelorarbeit

# Veranstungskommentare 2. Semester Bachelor of Arts

## Modul 74B0090 – Propädeutik II

### 74B0090-1SE Seminar: Wissenschaftliches Denken und Arbeiten

**Lehrende:** Prof. Dr. Achim Baum; Prof. Dr. Dagmar Schütte

**Veranstungsart:** Seminar

#### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Die Freiheit von Forschung und Lehre, in deren Genuss auch die Studierenden jeglicher wissenschaftlichen Ausbildung kommen, hat ihren Preis: Er besteht darin, mit den eigenen Gedanken und Äußerungen exakt und sorgfältig arbeiten zu müssen. Denn Alltagswissen und wissenschaftliches Wissen unterscheiden sich darin, dass wir den episodischen Erfahrungen unserer Lebenswelt mit einem systematisch erworbenen Wissen begegnen, das permanent überprüft, widerlegt und erweitert werden kann. Wissenschaft versucht, Gesetzmäßigkeiten zu finden und zu formulieren, die transparent gewonnen wurden und möglichst umfassende Gültigkeit beanspruchen sollen. Wissenschaft als Arbeit gehorcht darum strengen Methoden. Die Veranstaltung wird diese Grundlagen des wissenschaftlichen Denkens nahe am Gegenstand unseres Fachs, der gesellschaftlichen Kommunikation, vermitteln.

**unbenotete Prüfungsleistung:** APS (schriftliche Arbeitsprobe)

#### **Literatur:**

Aeppli, Jürg u.a. (2014): Empirisches wissenschaftliches Arbeiten. Ein Studienbuch für die Bildungswissenschaften. 3., überarbeitete Auflage. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Flick, U. (2009). Sozialforschung. Methoden und Anwendungen. Ein Überblick für die BA-Studiengänge. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Eine Literaturliste wird auch zu Veranstaltungsbeginn bereitgestellt.

## **74B0090-2-UE Übung zum wissenschaftlichen Arbeiten**

**Lehrende:** Prof. Dr. Dagmar Schütte

**Veranstaltungsart:** Übung/ Training

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

In dieser Veranstaltung vertiefen Sie Ihre im ersten Semester erworbenen Kenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten. Am Ende des Semesters geben Sie eine Hausarbeit zu einem Thema ab, das Ihnen in der ersten Kurssitzung zugeteilt wird.

Die einzelnen Sitzungen der Übung sind thematisch am Ablauf des Erstellens einer wissenschaftlichen Arbeit orientiert. Sie befassen sich mit den Themen Strukturieren des Arbeitsprozesses, Recherche, Sichten und Auswerten von Literatur, Strukturieren eines Themas / Erstellen einer Gliederung, Zitation sowie spezifischen formalen und sprachlichen Anforderungen an wissenschaftliche Texte.

Im Verlauf des Kurses werden Sie auch die Gelegenheit haben, Ihre Gliederungsentwürfe abzugeben und kommentieren zu lassen. Sie werden im Verlauf des Kurses auch die Möglichkeit haben, einige gelungene „Musterhausarbeiten“ früherer Semester einzusehen (natürlich mit Genehmigung der Verfasser\*innen).

Ein genauer Ablaufplan wird zu Semesterbeginn in den Lernraum eingestellt. Die erste Sitzung findet am (Mittwoch!), den 6. März als gemeinsame Sitzung beider Gruppen statt. Dort werden auch die Hausarbeitsthemen vergeben. Im Lernraum finden Sie zu Semesterbeginn auch ein Papier mit Bearbeitungshinweisen und formalen Anforderungen an die Hausarbeiten.

Am 19. März findet ein Termin zur Bibliotheksrecherche statt (Leitung: Frau Kellner-Theising), auch dieser wird in zwei Gruppen stattfinden.

### **benotete Prüfungsleistung:** HA (15-20 Seiten)

Die Hausarbeiten sind bis zum 08. Juli 2024 abzugeben.

Nähere Informationen zu den Anforderungen im Kurs sowie in einem Hinweispapier, das zu Kursbeginn im Kursraum eingestellt wird.

### **Literatur:**

Der Reader sowie die im ersten Semester verteilte Literaturliste sind weiterhin empfohlene Lektüre.

# Modul 740091 – Präsentation und Pressearbeit

## 74B0091-1-UE Übung Pressearbeit

**Lehrende:** Julia Bäumlner / Svenja Folkerts

**Veranstaltungsart:** Übung/ Training

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

In der Übung Pressearbeit wird vermittelt, welche Aufgabenbereiche unter Medien- und Pressearbeit fallen, welche Formate und Kanäle zum Einsatz kommen und wie verschiedene medientaugliche Textformate verfasst werden sollen. Dabei geht es um formale, inhaltliche und stilistische Fragen. Beleuchtet werden auch die Erwartungshaltung der Presse, der Einsatz von KI und Social Media in der Pressearbeit.

Ergänzt wird die Übung durch Besuche von Referent\*innen aus der Praxis, die ihre Erfahrungen aus ihrem Berufsalltag teilen und mit den Studierenden in Diskussion treten, wie sich die Pressearbeit verändert hat und weiter verändern wird.

Es empfiehlt sich, möglichst viele journalistische, bestenfalls auf Pressemitteilungen aufbauende, Texte in verschiedenen (Online-)Zeitungen und auf Social-Media-Plattformen von Mediengruppen zu lesen und nach den gelernten Kriterien zu beurteilen – dies auch in Hinblick auf die Referate.

Erwartet werden aktive Mitarbeit und die wöchentliche Vorbereitung eines wissenschaftlichen Textes.

**unbenotete Prüfungsleistung:** Zwei schriftliche Arbeitsproben und ein Referat

### **Literatur:**

- Baur, A., Caroppo, D. (2023). Die Basis erfolgreicher Pressearbeit: Was macht eine Nachricht relevant? In zehn Schritten zur Schlagzeile, Wiesbaden: Springer.
- Franck, N. (2017b). Praxiswissen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wiesbaden: Springer.
- Franck, N. (2019). Professionelle Pressearbeit. Praxiswissen für Non-Profit-Organisationen, Wiesbaden: Springer.
- Hooffacker, G., Maier, K. (2017). La Roches Einführung in den praktischen Journalismus, Wiesbaden: Springer.
- Hoffjann, O. (2014). Presse- und Medienarbeit in der Unternehmenskommunikation. In: Zerfaß, A., Piwinger, M. (Hrsg.), Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hoffjann, O. (2019). Kommunikation mit Journalisten und Influencern: Multiplikatoren als Bezugsgruppen der Unternehmenskommunikation. In: Zerfaß, A., Piwinger, M., Röttger, U. (Hrsg.), Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Immerschitt, W. (2010). Crossmediale Pressearbeit. Unternehmensbotschaften über klassische und neue Kanäle gekonnt platzieren, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schulz-Bruhdoel, N., Fürstenau, K. (2008). Die Presse und PR-Fibel. Zielgerichtete Medienarbeit. Das Praxislehrbuch für Ein- und Aufsteiger, Frankfurt: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformation.
- Szyszka, P., Christoph, C. (2015). Medienarbeit (Presse-/Medienarbeit). In: R. Fröhlich, P. Szyszka & G. Bentele (Hrsg), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon, S. 794-813, Wiesbaden: Springer.

## **74B0091-2-UE Übung: Rhetorik und Präsentation**

**Lehrende:** Benjamin Häring

**Veranstaltungsart:** Übung/ Training

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Die Präsentation gehört zum grundlegenden Handwerkszeug der Kommunikationsarbeit. Doch die Präsentationen von Konzepten und Kampagnen beginnen nicht erst beim Kunden. Sie müssen – auch als kleinere Formen – sinnvoll geplant, erarbeitet und eingeübt werden. Die problemgerechte Umsetzung von Lösungsvorschlägen steht im Zentrum dieses – an praktischen Übungen ausgerichteten – Seminars. Angefangen von rhetorischen Übungen und der Frage nach der Gewichtung der Präsentationsinhalte über die Auswahl geeigneter Instrumente und Hilfsmittel bis hin zur Nachbesprechung der individuellen Präsentationen sollen alle Situationen mehrmals von allen Teilnehmenden und am Ende auch vor Gästen trainiert werden.

Das Modul ist der Logik des Curriculums folgend dem Studienprojekt 1 vorgelagert, um eine Abfolge zu gewährleisten, nach der die Studierenden zunächst praxisnah in die in die Techniken der Rhetorik und Präsentation eingeführt werden, um im folgenden Semester ihre Fähigkeiten an selbst erarbeiteten Inhalten innerhalb der konkreten Studienprojekte anwenden zu können. Im Rahmen des Moduls werden die Teilnehmenden ein Coaching mit Studierenden des Instituts für Theaterpädagogik erleben und auch selber ein Coaching für Schülerinnen und Schüler planen und durchführen. Somit wird das Wissen aus der Veranstaltung in unterschiedlichen Lehr- Lernsettings transferiert.

**unbenotete Prüfungsleistung:** Präsentation und regelmäßige Teilnahme veranstaltungsübergreifend (74B0091-2-UE und 74B0091-3-VL)

Grünberg Annekathrin (2021): Future Skills. 30 Zukunftsentscheidende Kompetenzen und wie wir sie lernen können. Vahlen.

Händel, Daniel (2007): Reden – Argumentieren – Überzeugen. Metzler.

Rachlow, Axel (2015): Spielbar / 2, 61 Trainer präsentieren 88 neue Top-Spiele aus ihrer Seminarpraxis.

Seifert, Josef W. (2015): Präsentieren, Moderieren. GABAL.

Seifert, Josef W. (2015): Besprechungen erfolgreich moderieren: Kommunikationstechniken für Leiter und Teilnehmer. GABAL.

Hoffmann, Volker (2002): Überzeugend Vorträge halten. Berlin.

Thiele, Albert (2002): Innovativ Präsentieren. Ffm.

## **74B0091-3-VL Vorlesung: Rhetorik und Präsentation**

**Lehrende:** Prof. Dr. Achim Baum

**Veranstaltungsart:** Vorlesung

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Die Präsentation gehört zum grundlegenden Handwerkszeug der Kommunikationsarbeit. Doch die Präsentationen von Konzepten und Kampagnen beginnen nicht erst beim Kunden. Sie müssen – auch als kleinere Formen – sinnvoll geplant, erarbeitet und eingeübt werden. Die problemgerechte Umsetzung von Lösungsvorschlägen steht im Zentrum dieses – an praktischen Übungen ausgerichteten – Seminars. Angefangen von rhetorischen Übungen und der Frage nach der Gewichtung der Präsentationsinhalte über die Auswahl geeigneter Instrumente und Hilfsmittel bis hin zur Nachbesprechung der individuellen Präsentationen sollen alle Situationen mehrmals von allen Teilnehmern und am Ende auch vor Gästen trainiert werden.

**unbenotete Prüfungsleistung:** Präsentation / Referat (veranstaltungsübergreifend für Vorlesung und Übung)

## **Modul 74B0079 – Arbeitsfelder im Kommunikationsmanagement**

### **74B0079-1-VL Ringvorlesung: Arbeitsfelder im Kommunikationsmanagement**

**Lehrende:** Holger Schleper

**Veranstaltungsart:** Vorlesung

#### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Das Kommunikationsmanagement hat sich stark in unterschiedliche Arbeitsfelder ausdifferenziert. Die Veranstaltung gibt, auch durch die Einbeziehung von Alumni, Einblicke in verschiedene Tätigkeitsbereiche in der Praxis. Ein besonderes Augenmerk der Veranstaltung liegt auf den Themenfeldern Hochschulkommunikation und Wissenschaftskommunikation. Besonders der letztgenannte Bereich gewinnt aktuell immer mehr an Bedeutung, da die jüngere Vergangenheit deutlich gezeigt hat, wie prägend die Wechselbeziehungen zwischen Wissenschaft, Gesellschaft, Medien und Politik sind.

**benotete Prüfungsleistung:** benotete Prüfungsleistung: 2 stündige Klausur oder Antwort-Wahl-Verfahren (50% der Modulnote)

#### **Literatur:**

Fährlich, B. (2021). Public Relations von Wissenschaftsorganisationen. In: Szyszka, P., Fröhlich, R., Röttger, U. (eds) Handbuch der Public Relations. Springer VS, Wiesbaden.

## **74B0079-2-UE Übung: Handwerkskasten PR**

**Lehrende:** Hon.-Prof. Dr. Detlev Dirkers

**Veranstaltungsart:** Übung/Training

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Nicht alles ist Konzeption, Analyse, Strategie und Taktik. Zum Alltag des Kommunikationsmanagements gehören auch zahlreiche Tools aus dem Handwerkskasten der PR. Die Studierenden sollen in der praktisch angelegten Lehrveranstaltung den Umgang mit den vielfältigen Tools einüben und deren Möglichkeiten und Grenzen einschätzen lernen.

Themenauswahl: Verteiler erstellen, Presseversand organisieren, Ausschnittdienst beauftragen, Recherchen erstellen, Projektmanagement, Angebotserstellung, Grafikbriefing, Location-Suche, Event-Organisation, Messevorbereitung und weitere Themen. Die Aufgaben werden in Übungen und Referaten erarbeitet und in den Seminaren präsentiert.

**benotete Prüfungsleistung:** schriftliche Arbeitsprobe / praktische Arbeitsprobe / Referat (50% der Modulnote)

### **Literatur:**

Wird im Seminar bekanntgegeben

## **Modul 74B0045 – Öffentlichkeitsarbeit in Agenturen und Unternehmen (Praxisphase 1)**

### **74B0045-1-PR Praxisphase 1 und Coaching**

**Lehrende:** Prof. Dr. Achim Baum

**Veranstaltungsart:** Praktikum

### **74B0045-2-SE Praxisseminar**

**Lehrende:** Dr. Achim Baum; Prof. Dr. Christian Schwägerl

**Veranstaltungsart:** Seminar

# Veranstungskommentare 4. Semester Bachelor of Arts

## Modul 74B0092 – Journalismus und PR

### 74B0092-1-VL Vorlesung Journalismus und PR

**Lehrende:** Prof. Dr. Sabine Kirchhoff

**Veranstaltungsart:** Vorlesung

#### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Journalisten- und PR-Profis sitzen oft an zwei Seiten des Schreibtisches. Wie aber lässt sich das Verhältnis dieser beiden Berufsgruppen beschreiben? Diese Frage wird in der Vorlesung „Journalismus und PR“ beleuchtet.

Behandelt werden sollen u.a. folgende Themen: Was eint die beiden Berufsgruppen, was trennt sie? Wie wird die Beziehung zwischen Journalisten und PR-Experten in der Fachliteratur beschrieben und klassifiziert? Welche Thesen und Modelle wurden im Verlauf der letzten 30 Jahre in den Kommunikationswissenschaften zur Beschreibung des Verhältnisses von Journalismus und Public Relations entwickelt? Welche Desiderate haben diese Ansätze?

Zur Beantwortung dieser Fragen beleuchten wir die Selbstverständnisse und Rollen von Journalisten und PR-Experten ebenso wie die wirtschaftlichen als auch die wichtigsten rechtlichen Rahmenbedingungen (Urheberrecht, Landespressegesetz, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, DSGVO).

Die Vorlesung ist gesplittet in einen Medienrechtsteil und in einen Theorieteil, in dem die Studierenden aktiv gefordert sind, sich einzubringen.

**benotete Prüfungsleistung:** K1 (1-stündige Klausur, 25% der Modulnote) und schriftliche Arbeitsprobe (25 % der Modulnote)

#### **Literatur:**

Avenarius: Nachdenken über Public Relations: Aufsätze, Reden und Gespräche eines PR-Menschen <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-23613-7>

Raupp, Juliana: Determinationsthese, in: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyska, Peter (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln, Wiesbaden, <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-18917-8>

Baerns, Barbara (1979): Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur Beschreibung von Medieninhalten. In: Publizistik (24. Jg.): 301-316

Baerns, Barbara, Öffentlichkeitsarbeit und Erkenntnisinteressen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, in: Röttger, Ulrike (2009): Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung, Wiesbaden,

- Bentele, Günter/Nothhaft, Howard (2004): Das Intereffikationsmodell. Theoretische Weiterentwicklung, empirische Konkretisierung und Desiderate, in: Altmeppen, Klaus Dieter/Röttger, Ulrike, Bentele, Günter: Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR, Wiesbaden, S. 67-104
- Bentele, Günter: Parasitentum oder Symbiose? Das Intereffikationsmodell in der Diskussion, in: Rolke, Lothar/Wolf, Volker (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern, Wiesbaden 1999, S. 177-194
- Bentele, Günter (2015): Intereffikationsmodell in: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyska, Peter (Hg.) (2015): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln, Wiesbaden, <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-18917-8>
- Rolke, Lothar: Journalisten und PR-Manager – eine antagonistische Partnerschaft mit offener Zukunft, in: Rolke, Lothar/Wolf, Volker (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern, Wiesbaden 1999, S. 223-248
- Ruß-Mohl, Stephan (1999): Spoonfeeding, Spinning, Whistleblowing. Beispiel USA: Wie sich die Machtbalance zwischen PR und Journalismus verschiebt. In: Rolke, Lothar/Wolf, Volker (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern, Wiesbaden, S. 163-176
- Fengler, Susanne / Ruß-Mohl, Stephan (2014): Unternehmenskommunikation und Journalismus: Ökonomische Analyse einer ungleichen Partnerschaft, in: Zerfaß / Piwinger (2014): Handbuch Unternehmenskommunikation, DOI 10.1007/978-3-8349-4543-3\_10
- Fengler, Susanne (2005): Der Journalist als Homo oeconomicus, UVK-Verlag 2005
- Fengler, Susanne (2003): Der Journalist als aufgeklärter Homo oeconomicus : ökonomische Analyse journalistischen Handelns am Beispiel der Berichterstattung über Massenmedien. - In: Grundlagen der Medienökonomie: Soziologie, Kultur, Politik, Philosophie, International, Geschichte, Technik, Journalistik (2003), S.209-234
- Unverzagt, Alexander / Gips, Claudia, Handbuch PR-Recht, Berlin 2018

## **74B0092-2-SE Seminar Ethik der PR**

**Lehrende:** Prof. Dr. Achim Baum

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

PR und Öffentlichkeitsarbeit stehen unter wachsendem Legitimationsdruck. Die Debatten innerhalb der Branche und des Faches tragen diesem Umstand in jüngster Zeit zunehmend Rechnung. In diesem Seminar die theoretischen und empirischen Grundlagen von Moral und Ethik in der PR nachvollzogen und an konkreten Fällen kontrovers diskutiert werden.

**unbenotete Prüfungsleistung:** Referat und mündliche Fallstudie

### **Literatur:**

wird unter ILIAS zur Verfügung gestellt

## **74B0092-3-SE Themenseminar Journalismus 1: Landwirtschaft und Medien**

**Lehrende:** Prof. Dr. Margareta Bloom-Schinnerl

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

„Landwirtschaft und Medien: ein schwieriges Verhältnis“ – so der Titel eines Beitrags im Medienmagazin ZAPP aus dem Jahr 2022.

Wie ist es heute – nach den wütenden Bauernprotesten Anfang des Jahres – um dieses Verhältnis bestellt? Welche Rolle spielen die Medien in der Landwirtschaft? Welchen Einfluss haben sie auf das Image der Landwirtschaft?

Im Rahmen dieses Seminars soll der Frage nachgegangen werden, wie Landwirtschaft in den verschiedenen Medien und in den verschiedenen Formaten dargestellt wird.

Auf der Grundlage dieser Einblicke schließt sich eine Phase der Konzeption und Produktion eigener Medienbeiträge an. Geplant sind Besuche von landwirtschaftlichen Betrieben und Interviews mit Landwirten und Politikern.

**benotete Prüfungsleistung:** Referat / Hausarbeit (50% der Modulnote)

### **Literatur:**

Wird im Laufe des Semesters bekannt gegeben

## **74B0092-3-SE Themenseminar Journalismus 2: Politik und Medien – zur Bedeutung von Social-Media-Kanälen in der politischen Kommunikation**

**Lehrende:** Prof. Dr. Margareta Bloom-Schinnerl

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

2024 ist ein Superwahljahr: Die Europäische Union wählt ein neues Parlament, die USA wählen einen neuen Präsidenten und in Deutschland stehen im September gleich in drei Bundesländern Landtagswahlen an.

Inzwischen ist es längst Standard, dass Politiker sich multimedialer Wege bedienen, um den Bürgern respektive den Wählern Botschaften und Inhalte ihrer Politik nahe zu bringen. Die Parteien und die Mehrzahl aller Landtags- und Bundestagsabgeordneten und Europaparlamentarier sind in und auf sozialen Netzwerken unterwegs. Mit Posts und Fotos, mit unterschiedlichen Audio- und Videoformaten, Blogs und Live-Chats transportieren sie einen Ausschnitt ihres Arbeitsalltags, Ansichten ihres parlamentarischen Arbeitsplatzes, Hintergründe und Strategien ihrer Politik, Appelle und Aufrufe.

In dieser Veranstaltung werden sowohl positive als auch negative Implikationen dieser Entwicklung analysiert und reflektiert. Was bedeutet es für die Politiker, dass sie sich quasi im permanenten Medien- und Öffentlichkeitskorsett bewegen, dass sie kaum noch einen Arkanbereich haben, in dem sie komplexe politische Zusammenhänge diskutieren können? Warum haben populistische Parteien überproportional viele Fans und Follower? Wo und an welchen Schnittstellen erweist sich der direkte Zugang via Social Media als Gewinn für demokratische Strukturen?

Die Inhalte entsprechender Social-Media-Kanäle werden unter die Lupe genommen und in einem weiteren Schritt sollen exemplarische Konzepte entwickelt werden.

**benotete Prüfungsleistung:** Referat / Hausarbeit (50% der Modulnote)

### **Literatur:**

Wird im Verlaufe des Seminars bekannt gegeben

## **74B0092-3-SE Themenseminar Journalismus 3: Die lange Form – Reportage, Porträt und Feature**

**Lehrende:** Prof. Dr. Margareta Bloom-Schinnerl

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Reportage, Porträt und Feature: häufig wird die lange Form als Königsdisziplin des journalistischen Formenspektrums bezeichnet.

Welche Bedeutung hat dieses Genre im Journalismus? Für welche Themen eignet es sich? Wo sind Reportage, Porträt und Feature in den verschiedenen Medien zu finden? Welches sind die jeweiligen Charakteristika dieser Formen?

Im Rahmen dieses Seminars werden exemplarisch entsprechende Texte, Hörfunk- und Fernsehbeiträge und Multimediaformate rezipiert. Des Weiteren sollen eigene Themen entwickelt, recherchiert, konzipiert und bis zum fertigen Beitrag hin produziert werden.

**benotete Prüfungsleistung:** Referat / Hausarbeit (50% der Modulnote)

### **Literatur:**

Wird im Laufe des Seminars bekannt gegeben

## **74B0092-4-PJ Praxisphase Journalismus: wo-ist-eigentlich.lingen.de (WIEL)**

**Lehrende:** Prof. Dr. Achim Baum

**Veranstaltungsart:** Projekt

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Das studentische Onlineportal [www.wo-ist-eigentlich-lingen.de](http://www.wo-ist-eigentlich-lingen.de) ist eine Informations- und Unterhaltungsplattform, die „von Studenten für Studenten“ gemacht wird. Nicht nur Studienbewerber und Neuankömmlinge, sondern auch bereits Studierende können sich auf der Website zum Beispiel über das Studentenleben, über anstehende Events oder Freizeitmöglichkeiten in und rund um Lingen informieren. 2007 wurde die Idee mit dem „StudyUp Award“ ausgezeichnet. Einerseits bietet die ehrenamtliche Mitarbeit bei [wo-ist-eigentlich-lingen.de](http://www.wo-ist-eigentlich-lingen.de) Studierenden die Möglichkeit, einen Einblick in die redaktionelle Arbeit des Online-Journalismus zu bekommen. Andererseits können sie bereits erlernte Inhalte praktisch umsetzen: Beispielsweise wenden sie journalistische Darstellungsformen unter Realbedingungen an und erproben eigenständig Aufgaben des Redaktionsmanagements, der Pressearbeit sowie des Marketings. Außerdem erlernen sie den Umgang mit einem leistungsfähigen Content Management System (CMS). Das Team von [www.wo-ist-eigentlich-lingen.de](http://www.wo-ist-eigentlich-lingen.de) ist offen für Veränderungen und freut sich auf engagierte Mitglieder, die sich mit Neugier und Spaß in das Onlineportal einbringen. Studierende haben die Möglichkeit, sich die Teilnahme an den Vorlesungen sowie die regelmäßige Redaktionsmitarbeit über einen Zeitraum von zwei Semestern als Medienpraktikum anerkennen zu lassen.

### **unbenotete Prüfungsleistung:**

Regelmäßige Redaktionstätigkeit sowie eigene Beiträge für [www.wo-ist-eigentlich-lingen.de](http://www.wo-ist-eigentlich-lingen.de) (lt. Pflichtenheft)

Pürer, Heinz/Meinrad Rahofer/Claus Reitan (Hg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. 5., völlig neue Auflage. UVK-Verlag, Konstanz 2004

Perrin, Daniel/Helga Kessler (Hg.): Schreiben fürs Netz. Aspekte der Zielfindung, Plan

## **74B0092-4-PJ Praxisphase Journalismus: Campus TV, Campus Radio, Podcast**

**Lehrende:** Phillip Bardelmann; Prof. Dr. Margareta Bloom-Schinnerl; Max Greiser

**Veranstaltungsart:** Projekt

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Im Rahmen dieser Veranstaltung lernen die Studierenden, eigenständige Audio- und Videobeiträge zu konzipieren und zu produzieren. Ziel ist nicht nur die Vermittlung der entsprechenden Theorien und des entsprechenden Handwerkzeuges, sondern auch die Schärfung der Beurteilungskompetenz. Neueinsteiger erstellen zunächst Audio-Podcasts und Radiobeiträge, die im Rahmen des Campus-Radios auf der Ems-Vechte-Welle ausgestrahlt werden. Darauf aufbauend werden eigene Filmbeiträge für das Campus-TV produziert.

Zu den journalistischen und redaktionellen Arbeitsinhalten für beide Medien zählen u.a. Ideenfindung, Planung des Sendeablaufs, Redigieren, Meldungen schreiben, Interviews führen (vorproduziert und live), Berichte und Reportagen produzieren, Moderieren und Umsetzung verschiedener Nachrichtenkonzepte.

Fortgeschrittene haben die Möglichkeit, eigene Sendeformate zu entwickeln, Fachpodcasts zu produzieren und Imagefilme zu erarbeiten.

Die Veranstaltung wird nach Vorlage entsprechender Arbeitsergebnisse für BA-Studierende als Medienpraktikum anerkannt.

Wer im Rahmen dieses Angebots sein Medienpraktikum absolvieren möchte, muss im Sommersemester und dem darauffolgenden Wintersemester an der Veranstaltung teilnehmen.

### Anmeldung als Medienpraktikum:

Wer sich die Tätigkeit in dieser Veranstaltung als Medienpraktikum anrechnen lassen möchte, muss an "Campus TV" 2 Semester aktiv teilnehmen.

Im ersten teilnehmenden Semester (Sommersemester) melden Sie die Veranstaltung über 74B9007-1-PJ: „Zusatzveranstaltung Campus Radio, Campus TV, Audio- und Video-Podcast“ an.

Im darauffolgenden Semester (Wintersemester) muss die Anmeldung im Rahmen des Moduls „Journalismus und PR“ unter 74B0092-4-PJ: „Praxisphase Journalismus: Campus Radio, Campus TV, Audio- und Video-Podcast“ erfolgen.

### **unbenotete Prüfungsleistung:**

aktive Mitarbeit, regelmäßige Redaktionstätigkeit, Produktion eigener Beiträge für Campus-Radio und Campus-TV

# Modul 74B0068 – Wirkungsforschung und Evaluation von Kommunikation

## 74B0068-1-VL Vorlesung Medienwirkungsforschung

**Lehrende:** Prof. Dr. Lars Haden

**Veranstaltungsart:** Vorlesung

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Die Wirkungsforschung befasst sich mit den Einflüssen medialer Berichterstattung auf nahezu alle menschlichen Lebensbereiche. Historisch ist dieser Forschungszeitweig der Kommunikationswissenschaft stark mit der Wahlforschung und damit der politischen Kommunikation verknüpft.

Die frühe Wirkungsforschung hat in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts – im Zusammenhang mit der zunehmenden Verbreitung des Radios – zu ermitteln versucht, welchen Einfluss mediale Reize auf das Verhalten von Rezipienten haben. Zunächst wurden die Medien als mächtiger und entscheidender Einflussfaktor betrachtet, wofür es aber empirisch kaum durchschlagende Beweise gab und selten gibt.

Vielmehr hat sich die Wirkungsforschung entlang der Möglichkeiten der sozialwissenschaftlichen Datenerhebung und statistischen Auswertungsverfahren entwickelt und im Laufe der Zeit immer mehr erklärende Variablen und zu erklärende Sachverhalte entdeckt. Ging es zu Beginn noch um zu untersuchenden Verhaltensänderungen, sehen moderne Ansätze auch Vorstellungen, Einstellungen und Meinungen als relevante Merkmale an. Wobei nicht nur Veränderungen sondern auch Konstanten in diesen Bereich durch Medien bewirkt werden können.

Die aktuell wissenschaftlich verbreitete Haltung, dass Medienwirkungen alle durch Medien bedingte Veränderungen und Konstanten in allen Bereichen menschlichen Lebensbereichen darstellen, hat zu einer enormen Ausweitung des Forschungsfeldes und starker Ausdifferenzierung der Methoden geführt. Dadurch ist die Zahl eindeutiger Befunde überschaubar.

In der Vorlesung werden die zentralen historischen Phasen und die jeweils dominanten Theorien behandelt.

**benotete Prüfungsleistung:** 2 APS (50% der Modulnote)

Eichhorn, W. (1995). Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung. München: Reinhard Fischer.

Jäckel, M. (2005) Medienwirkung: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Katz, E., Blumler, J.G. & Gurevitch, M. (1974) Utilization of Mass Communication by the Individual. In: J.G. Blumer, E. Katz (Hrsg.). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (S. 19-34). Beverly Hills: Sage.

Rosengren, K., Wenner, L. & Palmgreen, P. (1985). Media gratifications research: Current perspectives. Beverly Hills: Sage.

Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (2009). Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt: Fischer Taschenbuch.

Schenk, M. (2002). Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck.

Schweiger, W. (2007). Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag.

Roßmann, C. (2002). Die heile Welt des Fernsehens. Eine Studie zur Kultivierung durch Krankenhausserien. München: Verlag Reinhard Fischer.

Rössler, P. (1997). Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen: Westdeutscher Verlag.

## 74B0068-2-SE Themenseminar 1: Kommunikationscontrolling

**Lehrende:** Prof. Dr. Reinhold Fuhrberg

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Das Kommunikationscontrolling, die Bewertung und Steuerung von Kommunikationsprozessen, stehen bei Unternehmen, Beratern und in der Forschung oben auf der Agenda. Der Versuch, den Wertschöpfungsbeitrag der Kommunikation darzulegen, soll die Akzeptanz der Branche fördern. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Adaption des strategischen Steuerungsinstrumentes Balanced Scorecard auf das Kommunikationsmanagement: „Communication Scorecard“, „Communication Control Cockpit“, „Strategy Map“, etc. sowie das DPRG/ICV-Evaluationsmodell. Darüber hinaus werden Messverfahren sowie Benchmark-Modelle wie z. B. der „Reputation Quotient“ betrachtet.

**benotete Prüfungsleistung:** Referat/Hausarbeit (50%)

- Buhmann, Alexander, Jim Macnamara und Ansgar Zerfass (2019): Reviewing the ‘march to standards’ in public relations: a comparative analysis of four seminal measurement and evaluation initiatives. *Public Relations Review*. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101825>
- Institute for PR (2021): The Communicator’s Guide to Research, Analysis, and Evaluation. <https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/IPR-Guide-to-Measurement-v12-1.pdf>
- Mickeleit, Thomas und Jörg Forthmann (Hrsg.) (2023): Erfolgsfaktor CommTech. Die digitale Transformation der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Pfannenber, Jörg und Ansgar Zerfaß (Hg.) (2010): Wertschöpfung durch Kommunikation. Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis. Frankfurt a. Main.
- Pollmann, Rainer (2023): Kommunikationscontrolling in der Praxis. Freiburg: Haufe.
- Rolke Lothar, Buhmann Alexander, Zerfaß Ansgar (2020) Evaluation und Controlling der Unternehmenskommunikation. In: Zerfaß A., Piwinger M., Röttger U. (Hg.) Handbuch Unternehmenskommunikation. Springer Gabler, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6\\_27-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6_27-1)
- Rolke, Lothar und Jan Sass (Hg.) (2016): Kommunikationssteuerung. Wie Unternehmenskommunikation in der digitalen Gesellschaft ihre Ziele erreicht. München.
- Volk, Sophia (2016): A systematic review of 40 years of public relations evaluation and measurement research: Looking into the past, the present, and future. In: *Public Relations Review*, 42. Jg. Nr. 5, S. 962–977.
- Volk, Sophia und Ansgar Zerfaß (2022): Kommunikationscontrolling und PR-Evaluation. In: Szyszka, Peter et al. (Hrsg): Handbuch der Public Relations. Wiesbaden: Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6\\_51-2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6_51-2)

## 74B0068-2-SE Themenseminar 2: Wirkungsforschung und Evaluation von Kommunikation

**Lehrende:** Prof. Dr. Reinhold Fuhrberg

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Evaluation misst und bewertet das Kommunikationsmanagement. Im Mittelpunkt des Seminars steht die Evaluationspraxis in der PR. Das Seminar erstellt zunächst den State of the Art der PR-Evaluationsverfahren und deren Anwendung, sichtet bestehende Modelle. Einzelne Arbeitsgruppen entwickeln und erproben dann unterschiedliche Mess- und Bewertungsverfahren und stellen diese im Seminar zur Diskussion. Abschließend werden Studien zur Praxis der Evaluation sowie Versuche der Standardisierung vorgestellt und das Praktikerhandeln diskutiert.

**benotete Prüfungsleistung:** Referat/Hausarbeit (50%)

### **Literatur:**

- Besson, Nanette Aimée (32008): Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden.
- Buhmann, Alexander, Jim Macnamara und Ansgar Zerfass (2019): Reviewing the 'march to standards' in public relations: a comparative analysis of four seminal measurement and evaluation initiatives. Public Relations Review. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101825>
- Institute for PR (2021): The Communicator's Guide to Research, Analysis, and Evaluation. <https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/IPR-Guide-to-Measurement-v12-1.pdf>
- Mickeleit, Thomas und Jörg Forthmann (Hrsg.) (2023): Erfolgsfaktor CommTech. Die digitale Transformation der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Pollmann, Rainer (2023): Kommunikationscontrolling in der Praxis. Freiburg: Haufe.
- Rolke Lothar, Buhmann Alexander, Zerfaß Ansgar (2020) Evaluation und Controlling der Unternehmenskommunikation. In: Zerfaß, Ansgar et al. (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Springer Gabler. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6\\_27-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6_27-1)
- Rolke, Lothar und Jan Sass (Hg.) (2016): Kommunikationssteuerung. Wie Unternehmenskommunikation in der digitalen Gesellschaft ihre Ziele erreicht. München.
- Volk, Sophia (2016): A systematic review of 40 years of public relations evaluation and measurement research: Looking into the past, the present, and future. In: Public Relations Review, 42. Jg. Nr. 5, S. 962–977.
- Volk, Sophia und Ansgar Zerfaß (2022): Kommunikationscontrolling und PR-Evaluation. In: Szyszka, Peter et al. (Hrsg): Handbuch der Public Relations. Wiesbaden: Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6\\_51-2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6_51-2)
- <http://www.communicationcontrolling.de/>

## **Modul 74B0094 – Empirische Kommunikationsforschung**

### **74B0094-1-VL Vorlesung: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung**

**Lehrende:** Prof. Dr. Dagmar Schütte

**Veranstaltungsart:** Vorlesung

#### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Diese Vorlesung gibt Ihnen einen Überblick über die Grundlagen empirischer Kommunikationsforschung und orientiert sich dabei am typischen Ablauf deduktiver (theorieprüfender) Forschung. Entsprechend steht am Beginn eine Rekapitulation wissenschaftstheoretischer Grundlagen sowie der Frage, was eigentlich eine „Forschungsfrage“ ist und wie man sie formuliert und ausarbeitet. Sie befassen sich mit der Frage, wie man aus der Theorie Hypothesen ableitet und die in den Hypothesen enthaltenen Konzepte messbar macht (Operationalisierung). Schließlich werden Sie sich auch mit der Frage der Stichprobenziehung befassen und verschiedene gängige Auswahlverfahren kennenlernen. Den Abschluss des Kurses bildet ein Einblick in die zentralen Verfahren empirischer Forschung, also Befragungen, Inhaltsanalysen und Beobachtungen. Nicht zuletzt werden Sie sich im Kurs auch mit den zentralen Unterschieden und Anwendungsbereichen theoriegenerierender und theorieprüfender Forschung auseinandersetzen.

**benotete Prüfungsleistung:** K2 (50% der Modulnote) (modulübergreifend 74B0094-1-VL und 74B0094-2-SE)

#### **Literatur:**

Eine kommentierte Literaturliste finden Sie zu Kursbeginn im Kursraum (ILIAS).  
Zum Einlesen: Scheufele, Bertram/Engelmann, Ines (2009): Empirische Kommunikationsforschung. Konstanz: UVK.

## **74B0094-2-SE Seminar: Methodische Vertiefung 1: Gruppendiskussion**

**Lehrende:** Prof. Dr. Dagmar Schütte

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Die Gruppendiskussion ist ein Verfahren der theoriegenerierenden Forschung. Die moderierte Diskussion eines Themas in einer kleinen Gruppe (etwa 8 Personen) auf Basis eines Leitfadens kann – nicht zuletzt aufgrund der während der Diskussion entstehenden Gesprächsdynamik – Erkenntnisse bringen, die ein standardisierter Fragebogen nicht zutage fördern könnte. Entscheidend ist aber eine gute Vorbereitung und Durchführung, denn auch die so genannten „qualitativen“ Verfahren müssen spezifischen Anforderungen (Gütekriterien) genügen. Daher werden wir uns zu Beginn des Kurses auch mit den wissenschaftstheoretischen Grundlagen der qualitativen Forschung allgemein sowie der Gruppendiskussion im Besonderen befassen.

Im Kurs werden Sie eine Gruppendiskussion von der Entwicklung und Ausarbeitung des Themas über die Konstruktion eines Leitfadens und die tatsächliche Durchführung der Gruppendiskussion bis hin zur abschließenden Auswertung (die am Ende des Kurses anhand von kleineren Ausschnitten des Transkriptes beispielhaft erfolgen wird) vollständig durchführen. Eine aktive Mitarbeit in allen Phasen des Prozesses ist dabei für das Gelingen des gesamten Projekts unabdingbar und wird daher erwartet. Einige Teilleistungen sind als unbenotete Prüfungsleistung (s. oben) zu erbringen.

Das Thema der Gruppendiskussion wird im Kurs gemeinsam festgelegt. Denkbar, aber nicht zwingend, ist es, das Thema am Thema des Empirischen Forschungsprojektes (Studiengangentscheidung) zu orientieren.

Online:

Zur Vorbereitung der Gruppendiskussion wird es zusätzliche Online-Coachingtermine im Semesterverlauf geben; diese werden im Kurs direkt abgestimmt (pro Kleingruppe voraussichtlich ein Termin).

**unbenotete Prüfungsleistung:** APS (Mitwirkung an der Erstellung des Erhebungsinstrumentes sowie des Transkriptes)

**benotete Prüfungsleistung:** K2 (50% der Modulnote) modulübergreifend (74B0094-1-VL und 74B0094-2-SE)

**Literatur:**

Eine Literaturliste wird zu Kursbeginn zur Verfügung gestellt.

## **74B0094-2-SE Methodische Vertiefung 2: Gesprächsanalyse**

**Lehrende:** Prof. Dr. Christian Schwägerl

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Die Gesprächsanalyse (GA) untersucht, wie Menschen gesprochene Sprache nutzen, um einander zu verstehen. Die kommunikativen Praktiken, die die Beteiligten wahrnehmbar beim Sprechen nutzen, machen bestimmte mikrosoziale Prozesse empirisch zugänglich, die auf den ersten Blick in einer Sprechsituation nicht klar hervortreten.

Die Organisationskommunikation kann mit Hilfe dieser Methode daher bestimmte soziale Phänomene in Organisationen untersuchen und wie typische, als selbstverständlich angenommene Eigenschaften von Organisationen in interpersoneller Kommunikation erzeugt werden. Die GA wird daher u. a. in der Organisations- und Managementforschung angewendet.

**benotete Prüfungsleistung:** 2-stündige Klausur (50% der Modulnote, veranstaltungsübergreifend für Vorlesung 74B0094-1-VL und Seminar 74B0094-2-SE)

### **Literatur:**

Schwägerl, C., Stücheli-Herlach, P. (2021). Sprache in der PR-Arbeit. In: Szyszka, P., Fröhlich, R.,

Röttger, U. (eds) Handbuch der Public Relations. Springer VS, Wiesbaden.

[https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6\\_53-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6_53-1)

## 74B0094-2-SE Methodische Vertiefung 3: Qualitative Inhaltsanalyse

**Lehrende:** Prof. Dr. Reinhold Fuhrberg

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Zunehmend finden qualitative Erhebungsverfahren Eingang in die Entwicklung von Kommunikationskonzeptionen sowie in die Evaluation von Kommunikationswirkungen. Die dabei gewonnenen verbalen Daten in Form von Aussagen gilt es zu analysieren und zu interpretieren. Die qualitativ orientierte Inhaltsanalyse ist bestrebt, verstärkt den Kontext von Texten zu erheben, als Verstehensprozess latente Sinnstrukturen zu identifizieren, markante Einzelfälle herauszuarbeiten und auch die Dinge zu benennen, die im Text entgegen den Erwartungen nicht vorkommen. Als Grundformen der Interpretation bei qualitativen Inhaltsanalysen gelten 1) die Zusammenfassung des Dokuments, 2) die Explikation von relevanten Textpassagen sowie 3) die Strukturierung des Materials nach Ordnungskriterien. Die qualitative Sozialforschung ist anstelle statistischer Repräsentativität um Typenbildung im Sinne von Repräsentanz bemüht (z. B. Durchschnitts-, Ideal-, Extrem- oder Prototypen). Das Wesentliche soll durch Abstraktion extrahiert werden. Dies wird im Rahmen des Seminars diskutiert und anhand vorliegender Daten eingeübt. Dabei kommt auch computergestützte „Qualitative Data Analyse“ (QDA) zum Einsatz.

**unbenotete Prüfungsleistung:** APS

**benotete Prüfungsleistung:** K2 (50% der Modulnote) modulübergreifend (74B0094-1-VL und 74B0094-2-SE)

### **Literatur:**

Gläser, Jochen und Grit Laudel (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden.

Kuckartz, Udo und Stefan Rädiker (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Weinheim.

Lamnek, Siegfried (2016): Qualitative Sozialforschung: Lehrbuch. München.

Mayring, Philipp (2023): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim.

Mayring, Philipp (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim, Basel.

Mayring, Philipp und Michaela Gläser-Zikuda (Hg.) (2008): Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse. Weinheim.

Mayring, Philipp und Thomas Fenzl (2019): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. In: N. Baur und J. Blasius (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden, S. 633–648. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4\\_42](https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_42)

## **74B0094-3-UE Übung Datenanalyse 1: „Warum studierst du das eigentlich? Berufsfelder und Karriereoptionen als Gründe für Studiengangentscheidung.“**

**Lehrende:** Prof. Dr. Dagmar Schütte

**Veranstaltungsart:** Übung/ Training

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

In der das Semester abschließenden Blockwoche „Datenanalyse“ werden Sie die im vorausgehenden Empirischen Projekt erhobenen Daten auswerten und am Ende einen Projektbericht als individuelle Prüfungsleistung zu einem selbst entwickelten Thema aus dem Kontext des Empirischen Projektes verfassen.

In der Blockwoche wechseln sich „Input“-Einheiten, in denen Ihnen neues Wissen vermittelt wird, mit Übungs- und Vertiefungseinheiten sowie auch Zeitfenstern ab, in denen Sie eigenständig an Ihren Projektberichten arbeiten können.

Sie lernen in dieser Blockwoche die grundlegenden Funktionen des Statistik-Pakets SPSS kennen (uni- und bivariate Statistik) und lernen auch, die Ergebnisse in angemessener Form sprachlich und grafisch zu präsentieren. Zudem werden Sie in der Blockwoche die Möglichkeit haben, mit dem Schreiben Ihrer eigenen Berichte bereits zu beginnen. Der genaue Abgabetermin für die Projektberichte, der nach dem Ende des offiziellen Prüfungszeitraums liegen wird, wird noch bekanntgegeben (voraussichtlich wie in den Vorjahren der 31. Juli).

benotete Prüfungsleistung: schriftlicher Projektbericht (50% der Modulnote)  
veranstaltungsübergreifende (74B0094-4-PJ und 74B0094-3-UE)

### **Literatur:**

Wird zu Veranstaltungsbeginn bekanntgegeben.

## 74B0094-3-UE Übung Datenanalyse 2: Humor ist, wenn man trotzdem lacht

**Lehrende:** Prof. Dr. Yvonne Garbers

**Veranstaltungsart:** Übung/ Training

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Im Rahmen der Blockwoche „Übung Datenanalyse“ werden die Daten des vorhergehenden empirischen Projektes „Strategische Onlinekommunikation – Erfolgsfaktoren virtueller Teams“ ausgewertet und für den Projektbericht aufbereitet.

Die Studierenden lernen das Programmsystem „IBM SPSS Statistics“ und ggf. kostenfreie Alternativen (PSPP, JASP) kennen. Anhand der vorher erhobenen Daten aus dem empirischen Projekt werden die wichtigsten statistischen Grundlagen und Analyseverfahren zusammen mit ihrer praktischen Anwendung erarbeitet. Die Studierenden lernen:

- Aufbau und Funktion von SPSS (ggf. anderer Software) inkl. Syntax
- Dateneingabe und -anlage
- Datenaufbereitung („cleaning up your act“)
- Datenauswertung (explorativ und deskriptiv; u.a. Häufigkeiten, Kreuztabellen, Korrelationen)
- Datenauswertung (inferenzstatistisch; u.a. Varianzanalysen, Regression)
- Interpretation von Ergebnissen

Am Ende der Blockwoche können die Studierenden mit SPSS umzugehen, Daten eingeben und aufbereiten, einfache Auswertungen (uni- und bivariat) computergestützt auszuführen, Grafiken zu den Daten zu erstellen, sowie korrekte Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen zu ziehen.

**benotete Prüfungsleistung:** schriftlicher Projektbericht (50% der Modulnote, veranstaltungsübergreifend 74B0094-3-UE und 74B0094-4-PJ)

### **Literatur:**

Baltes-Götz, B. (2020). Kurzeinführung IBM SPSS Statistics 27 für Windows. Zentrum für Informations-, Medien- und Kommunikationstechnologie (ZIMK) an der Universität Trier.  
<https://www.uni-trier.de/fileadmin/urt/doku/spss/v27/spss27kurz.pdf> [abgerufen am 23.01.2022].

Bühl, A. (2018). SPSS. Einführung in die moderne Datenanalyse (12., aktualisierte Aufl.). München: Pearson Studium (Scientific tools).

Bühner, M. & Ziegler, M. (2010). Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. München: Pearson Studium.

Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics (6. ed.). Boston: Pearson.

## 74B0094-3-UE Übung Datenanalyse 3: Mediennutzung und Parteipräferenz

**Lehrende:** N.N

**Veranstaltungsart:** Übung/ Training

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Schwerpunkt der Lehrveranstaltung ist die Auswertung von (zuvor im empirischen Projekt von Hr. Harden erhobenen) quantitativen Daten. Von der Erstellung eines bereinigten Datensatzes ausgehend führt das Seminar grundlegend in das Statistik-Paket SPSS ein. Schwerpunkt sind:

- Datenumcodieren und -umrechnen
- einfache Auswertungen (z. B. Häufigkeiten, Kreuztabellen, Varianzanalyse)
- multivariate Auswertung (Regression)
- Interpretation der Ergebnisse der Datenanalyse
- Darstellung der Ergebnisse in Grafiken

Mit Hilfe des Statistik-Pakets SPSS wird die grundlegende Auswertung und Aufbereitung von zuvor im empirischen Projekt erhobenen statistischer Daten eingeübt.

**benotete Prüfungsleistung:** schriftlicher Projektbericht (50% der Modulnote)

(Projektbericht zu einzelnen inhaltlichen Aspekten des Forschungsprojektes, basierend auf den Auswertungen). Die Prüfungsleistung umfasst folglich Inhalte des Empirischen Projektes (74B0094-4-PJ) und der Übung Datenanalyse.

### **Literatur:**

wird im Seminar bekannt gegeben

## **74B0094-4-PJ Empirisches Forschungsprojekt 1: „Warum studierst du das eigentlich? Berufsfelder und Karriereoptionen als Gründe für die Studiengangentscheidung.“**

**Lehrende:** Prof. Dr. Dagmar Schütte

**Veranstaltungsart:** Projekt

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Im Empirischen Forschungsprojekt im vierten Studiensemester geht es darum, ein Forschungsprojekt zu einem vorgegebenen Thema von „A bis Z“ durchzuführen. In unserem Projekt wollen wir uns der Frage widmen, nach welchen Kriterien Studiengangentscheidungen getroffen werden, insbesondere, welche Rolle dabei wahrgenommene Berufsfelder und Karriereoptionen spielen. Im Projekt wird daher eine (online-)Befragung von Studierenden durchgeführt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erarbeiten im Projekt relevante Forschungsfragen, konzipieren und strukturieren das Erhebungsinstrument (den Fragebogen) und werten in der an das Projekt anschließenden Übung zur Datenanalyse die erhobenen Daten mit SPSS aus. Die Auswertungen zu spezifischen (individuellen) Teilfragestellungen werden in einem schriftlichen Projektbericht dargestellt, der 50 Prozent der veranstaltungsübergreifenden Modulnote ausmacht und bis Ende Juli 2024 abzugeben ist (= benotete Prüfungsleistung).

Als unbenotete Prüfungsleistung (APS/APP) zählt die aktive Mitwirkung an der Konzeption der Forschungsfragen sowie der Erarbeitung des Erhebungsinstrumentes und die termingerechte (!) Bearbeitung der in diesem Zusammenhang anfallenden Aufgaben.

Weitere Details zu den Prüfungsleistungen erfahren Sie zu Kursbeginn.

**benotete Prüfungsleistung:** schriftlicher Projektbericht (50% der Modulnote)  
(veranstaltungsübergreifend 74B0094-3-UE und 74B0094-4-PJ)

**unbenotete Prüfungsleistung:** APS / APP

### **Literatur:**

Eine umfassende Literaturliste wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.

## 74B0094-4-PJ Empirisches Forschungsprojekt 2: Humor ist, wenn man trotzdem lacht

**Lehrende:** Prof. Dr. Yvonne Garbers

**Veranstaltungsart:** Projekt

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Interne Unternehmenskommunikation wird sowohl im wissenschaftlichen als auch im praktischen Kontext häufig als Kommunikation des Unternehmens mit ihren Mitarbeitenden beschrieben. Ziel dieser Kommunikationsprozesse sind dabei vor allem die Aufgabendefinition und -erfüllung, so wie die Handlungskoordination gewinnbringend zu optimieren. Angesichts aktueller gesellschaftlicher Herausforderungen (z.B. VUCA, Great Resignation, War for Talents) und Mega-Trends (Flexibilisierung, Globalisierung, Digitalisierung etc.) stellt sich die Frage, ob eine Kommunikation, die ausschließlich der Aufgabenerfüllung dient, ausreichend ist, um Mitarbeitenden langfristig an das Unternehmen zu binden. Eine Möglichkeit, die Kommunikation zu ergänzen, ist Humor.

Die Theorie besagt, dass Humor am Arbeitsplatz eine wichtige Rolle in der Kommunikation spielt. Wenn Menschen gemeinsam lachen und Spaß haben, schafft das eine positive Atmosphäre und stärkt die Beziehungen zwischen den Mitarbeitenden. Humor kann auch dazu beitragen, Spannungen zu lösen und den Stress im Arbeitsalltag zu reduzieren. Darüber hinaus kann eine humorvolle Kommunikation dazu beitragen, komplexe Themen leichter verständlich zu machen und die Kreativität und Innovationsfähigkeit zu fördern. Insgesamt soll Humor dazu beitragen, die Kommunikation am Arbeitsplatz effektiver und angenehmer zu gestalten.

Doch es stellt sich die Frage, ob jede Form von Humor funktional und erwünscht ist. (Positiver) Humor von Führungskräften soll dabei helfen, das Klima zu verbessern und die Zusammenarbeit zu erleichtern. Allerdings stellt sich die Frage, welche Auswirkungen „dunkler“ Humor hat und welche Rolle die Häufigkeit, das Timing, Sender und Empfänger spielen, damit man „trotzdem lacht“.

In diesem Seminar werden theoretische und empirische Grundlagen zum Thema „Humor in Organisationen“ erarbeitet. Die Studierenden lernen dabei aktiv alle Schritte (Literaturrecherche, Erarbeitung einer Fragestellung, Ableitung von Hypothesen, Auswahl der Untersuchungsmethoden, Durchführung, Auswertung und Interpretation) einer wissenschaftlichen Untersuchung kennen. Zunächst werden die zentralen Konstrukte, sowie der theoretische und empirische Hintergrund erarbeitet. Hierzu zählen insbesondere eine systematische Literaturrecherche (aktuelle deutsch- und englischsprachige Studien) und die Auswahl relevanter Konstrukte und Theorien. Es folgt die Ableitung einer bearbeitbaren Fragestellung. Auf Grundlage der Fragestellung wird eine geeignete Untersuchungsmethode und ein Design (z.B. eine Fragebogenstudie) festgelegt. Im Fokus steht die Durchführung der geplanten Untersuchung. Die im Seminar erhobenen Daten sind die Grundlage für die Blockwoche Datenanalyse am Ende des Sommersemesters.

Beim Verfassen des Projektberichts lernen die Studierenden ihr Vorgehen und die Ergebnisse nach wissenschaftlichen Standards (APA) zu verschriftlichen. Hierzu zählen die Darstellung des theoretischen und empirischen Hintergrunds zu Humor in Organisationen, die Ableitung der Fragestellung mit passenden Hypothesen, die Operationalisierung der Konstrukte, die Darstellung der Untersuchungsdurchführung, des methodischen Vorgehens, der Ergebnisse, sowie eine Diskussion der Stärken und Schwächen der Untersuchung inklusive Implikationen für die Praxis.

**benotete Prüfungsleistung:** Projektbericht (50%), bezieht sich auf das Projekt und die Übung Datenanalyse

**unbenotete Prüfungsleistung:** schriftliche oder praktische Arbeitsprobe

**Literatur:**

- Blanchard, A. L., Stewart, O. J., Cann, A., & Follman, L. (2014). Making sense of humor at work. *The Psychologist-Manager Journal*, 17(1), 49.
- Decker, W. H., & Rotondo, D. M. (1999). Use of humor at work: Predictors and implications. *Psychological Reports*, 84(3), 961-968.
- Hausendorf, S. (2019). *Humor im Arbeitskontext: Über den Einsatz von konstruktivem und destruktivem Humor in der Arbeitswelt*. Springer-Verlag.
- Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155-190.
- Miron-Spektor, E., Bear, J. B., & Eliav, E. (2023). Think funny, think female: The benefits of humor for women's influence in the digital age. *Academy of Management Discoveries*, 9(3), 281-296.
- Nerdinger, F. W. (2019). Interaktion und Kommunikation. In F. W. Nerdinger, G. Blickle & N. Schaper (Hrsg.), *Arbeits-und Organisationspsychologie* (S. 63-80). Springer.
- Nerdinger, F. W., & Schaper, N. (2019). Formen des Arbeitsverhaltens. In F. W. Nerdinger, G. Blickle & N. Schaper (Hrsg.), *Arbeits-und Organisationspsychologie* (S. 487-508). Springer.
- Robert, C. (2023). Humor and job satisfaction. *Current Opinion in Psychology*, 101721.
- Tillery, M. G., & Daus, C. S. (2023). Effect of leaders' use of humor on participants' perceptions of leaders. *Psychology of Leaders and Leadership*.

## 74B0094-4-PJ Empirisches Forschungsprojekt 3: Mediennutzung und Parteipräferenz

**Lehrende:** Prof. Dr. Lars Haden

**Veranstaltungsart:** Projekt

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Früher war alles besser – zumindest einfacher. Es gab linke, links-liberale, bürgerliche und (streng) konservative Medien. Je nach eigener politischer Vorliebe hat man z.B. eine bestimmte Tageszeitung gelesen, die eben auch als z.B. links oder konservativ galt. Parteipräferenz und Medienpräferenz korrespondierten stark.

Ist das auch heute noch so? Gibt es noch klare Bindungen an eindeutig politisch positionierte Medien? Hängt die Mediennutzung eindeutig mit einer Parteipräferenz zusammen?

Zu diesem Themenkomplex werden wir eine Online-Befragung durchführen. Dabei wird vom theoretischen Vorverständnis bis zur Feldphase der Befragung jeder Schritt eines empirischen Forschungsprojektes durchdekliniert. Eine ideale Übung für die Bachelorarbeit.

Der im Seminar entstandene Datensatz bildet die Grundlage für die Blockwoche Datenanalyse.

**benotete Prüfungsleistung:** schriftlicher Projektbericht (50% der Modulnote)  
(veranstaltungsübergreifend 74B0094-3-UE und 74B0094-4-PJ)

**unbenotete Prüfungsleistung:** APS / APP

### **Literatur:**

Jarren, O. & Donges, P. (Hrsg.). (2017). Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft – Eine Einführung. Wiesbaden: Springer.

# **Veranstungskommentare 6. Semester Bachelor of Arts**

## **Modul 74B0088 – Theorie-Praxis-Reflexion**

### **74B0088-1-SE Seminar: Theorie und Praxis des Kommunikationsmanagements**

**Lehrende:** Prof. Dr. Reinhold Fuhrberg; Sabine Kirchhoff, Christian Schwägerl

**Veranstungsart:** Seminar

#### **Hinweise zur Veranstaltung:**

„Nichts ist so praktisch wie eine gute Theorie“. Je nach theoretischem Ansatz lässt sich Kommunikationsmanagement aus einer Mikro-, Meso- oder Makroperspektive betrachten, lassen sich organisations-, marketing- oder gesellschaftstheoretische Sichtweisen einnehmen, kommen unterschiedliche handlungstheoretische Ansätze (z. B. Rolle, Konstrukt, System, Rationalität) zur Anwendung, versuchen Ansätze das Handeln zu beschreiben, zu erklären, zu verbessern oder zu kritisieren. Dies hat stets Implikationen auf das praktische Handeln im Kommunikationsmanagement. Die Studierenden erhalten hier theoretische Reflexionsfolien für ihre spätere Bachelorarbeit. Je nach Themenstellung der Bachelorarbeit und des wissenschaftlichen Projektes erfolgt eine Zuordnung zu einem der vier Lehrenden.

**benotete Prüfungsleistung:** Referat / Hausarbeit

#### **Literatur:**

wird zum Teil zur Verfügung gestellt

## **Modul 74B0069 – Wissenschaftliches Projekt**

### **74B0069-1-SE Begleitseminar inkl. Coaching**

**Lehrende:** Prof. Dr. Achim Baum; Prof. Dr. Yvonne Garbers; Hon.- Prof. Dr. Detlev Dirkers; Prof. Dr. Margareta Bloom-Schinnerl, Prof. Dr. Susanne Knorre; Prof. Dr. Sabine Kirchhoff; Prof. Dr. Lars Harden; Prof. Dr. Christian Schwägerl; Prof. Dr. Dagmar Schütte

**Veranstaltungsart:** Übung/Training

#### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Im Vordergrund dieser Module steht zunächst die eigenständige Erarbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung und deren Überprüfung im Rahmen eines (empirischen) Projekts. In den begleitenden Seminaren haben Sie die Möglichkeit, Probleme und Fragen, die sich im Laufe Ihrer Arbeit ergeben, zusammen mit Ihrem/Ihrer Betreuer/in und Ihren Kommiliton\*innen zu besprechen. Idealerweise sollte Ihre anschließende Bachelorarbeit auf diesem Projekt aufbauen. Das Colloquium stellt dann die Abschlussprüfung Ihres Bachelorstudiums dar, in der Sie zum Thema Ihrer Bachelorarbeit befragt werden.

Die Blocktermine werden zu Semesterbeginn gemeinsam vereinbart. Die Teilnahme an allen Blockterminen ist verpflichtend.

Jede/r Studierende kann sich nur bei einem Dozenten / einer Dozentin über OSCA für ein Begleitseminar anmelden – empfohlen wird vorherige Rücksprache mit den DozentInnen.

Jede Anmeldung ist zunächst vorläufig, da ausschließlich von den Dozent\*innen akzeptierte Teilnehmer\*innen teilnehmen dürfen.

**benotete Prüfungsleistung:** schriftlicher Projektbericht

**unbenotete Prüfungsleistung:** Referat / Hausarbeit

## **Modul 74B0008 – Bachelorarbeit mit Colloquium**

# Freiwillige Zusatzleistungen des Instituts bzw. für verschiedene Fachsemester

## 74B9004-1-SE Current topics in communications management

**Lehrende:** Prof. Dr. Christian Schwägerl

**Veranstaltungsart:** Seminar

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

The purpose of this course is to discuss latest topics and developments in various subfields of communication management: activities such as strategy development and evaluation, and specific fields in communication management practice (e.g. media relations, digital communication, crisis communication, risk communication, public affairs, sustainability and CSR communication, issues management, marketing communication, and internal communication). Students of all semesters from the BA and MA programme and of all English proficiency levels are invited to make contributions that correspond to their interests, such as case study presentations, or paper presentations on topics of their own choice.

Ideas needed? Inspiring sources may be the suggested reading of magazines for PR professionals (e.g. KOM, PR Report, Kommunikationsmanager), officially listed (i.e. peer reviewed) English or German-language academic journals (e.g. Journal of Communication Management, Public Relations Review, International Journal of Strategic Communication, Medien und Kommunikation, Publizistik), and online sources (e.g. [instituteforpr.org](http://instituteforpr.org), [lbbonline.com](http://lbbonline.com), [annenbergl.usc.edu/news](http://annenbergl.usc.edu/news)).

Students are expected to actively contribute to the seminar discussions as this seminar is meant to be a lively and fun exchange of ideas and interests of students across all semesters.

Students are asked to give a short presentation and talk on a topic of their choice, and regularly attend classes.

**unbenotete Prüfungsleistung:** Referat

## 74B9005-1-VL Statistik I – Vorlesung

**Lehrende:** Karl-Heinz Schmidt

**Veranstaltungsart:** Vorlesung

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Im Rahmen einer Einführung werden zunächst ausgehend von einer Präzisierung des Begriffs „Statistik“ Aufgaben und Bedeutung und methodische Vorgehensweisen der Statistik angesprochen.

Die anschließende Beschreibung statistischer Grundbegriffe ist die Voraussetzung für die Erarbeitung des ersten inhaltlichen Schwerpunktes: die deskriptive Statistik, die beschreibende Statistik. Es werden Methoden aufgezeigt, wie empirische Datensätze mit Hilfe von Lage- und Streuungsparametern aufbereitet und verdichtet werden und somit einer sachgerechten Interpretation und Darstellung zugeführt werden können. Dabei wird zunächst von univariaten Datensätzen ausgegangen.

Einen weiteren Schwerpunkt stellt die induktive Statistik, schließende bzw. mathematische Statistik dar. Hierbei geht es darum, aus den Daten einer Stichprobe mit zufällig ausgewählten Merkmalsträgern Rückschlüsse auf die Verteilung der Merkmalsträger in der Grundgesamtheit zu ziehen. Behandelt werden in diesem Zusammenhang Schätz- und Testverfahren.

Da den o.g. Untersuchungen (Stichprobe) Zufallsvorgänge zugrunde liegen, müssen zunächst die mathematischen Voraussetzungen geschaffen werden, diese Zufallsvorgänge zu beschreiben. Dies geschieht mit Hilfe der Wahrscheinlichkeitsrechnung. Ausführlich werden auch die Zufallsvorgänge behandelt, die sich durch reellwertige Funktionen von Zufallsvariablen darstellen lassen.

Zum Abschluss werden beispielhaft ausgehend von bivariaten Datensätzen im Rahmen der Korrelationsanalyse die Stärke des Zusammenhangs von zwei Merkmalen und im Rahmen der Regressionsanalyse die Form des Zusammenhangs untersucht.

Den Studierenden wird ein ausführliches Vorlesungsskript zur Verfügung gestellt.

Für die übende Vertiefung der Vorlesungsinhalte werden zahlreiche Übungsaufgaben angeboten.

Der Kurs eignet sich als Vertiefung des WP-Moduls II im vierten Semester des Bachelorstudiengangs, aber auch als Vorbereitung auf eine empirische Abschlussarbeit. Zudem kann er bei erfolgreichem Besuch als Zusatzmodul auf dem Zeugnis verbucht werden, was hilfreich sein dürfte für eine Bewerbung für einen kommunikationswissenschaftlichen Masterstudiengang an zahlreichen Universitäten (wo der Besuch eines Statistik-Moduls oft eine Zulassungsvoraussetzung ist).

Der Kurs kann aber prinzipiell von allen Studierenden besucht werden.

**Prüfungsleistung/ unbenotete Prüfungsleistung:** Die Veranstaltung ist eine freiwillige Zusatzleistung. Studierende, die Statistik I als Zusatzmodul auf dem Zeugnis ausgewiesen haben möchten, müssen als Prüfungsleistung eine 2-stündige Klausur ablegen. Für einen Nachweis auf dem Zeugnis müssen Vorlesung und Übung zu Statistik I besucht werden.

## **74B9007-1-PJ Zusatzveranstaltung: Campus Radio, Campus TV, Audio- und Videopodcast**

**Lehrende:** Phillip Bardelmann; Prof. Dr. Margareta Bloom-Schinnerl; Max Greiser

**Veranstaltungsart:** Projekt

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Im Vordergrund dieser Veranstaltung steht die Konzeption und Produktion von Radio- und Videobeiträgen für diverse Formate des Campus-Radios und des Campus-TVs. Zu den journalistischen und redaktionellen Arbeitsinhalten für beide Medien zählen u.a. Ideenfindung, Planung des Sendeablaufs, Redigieren, Meldungen schreiben, Interviews führen (vorproduziert und live), Berichte und Reportagen produzieren, Moderieren und Umsetzung verschiedener Nachrichtenkonzepte. Außerdem besteht die Möglichkeit, eigene Sendeformate zu entwickeln, Fachpodcasts zu produzieren und Imagefilme zu erarbeiten.

Die Anmeldungen sind nach dem ersten Treffen am 14.03.24, 10 Uhr möglich.

Anmeldung als Zusatzleistung:

Die Studierenden melden sich unter der folgenden Veranstaltung an:

74B9007-1-PJ "Zusatzveranstaltung Campus Radio, Campus TV, Audio- und Video-Podcast"

## **74B9008-1-PJ Zusatzveranstaltung: wo-ist-eigentlich-lingen.de (WIEL)**

**Lehrende:** Prof. Dr. Achim Baum

**Veranstaltungsart:** Projekt

### **Hinweise zur Veranstaltung:**

Das studentische Onlineportal [www.wo-ist-eigentlich-lingen.de](http://www.wo-ist-eigentlich-lingen.de) ist eine Informations- und Unterhaltungsplattform, die „von Studenten für Studenten“ gemacht wird. Nicht nur Studienbewerber und Neuankömmlinge, sondern auch bereits Studierende können sich auf der Website zum Beispiel über das Studentenleben, über anstehende Events oder Freizeitmöglichkeiten in und rund um Lingen informieren. 2007 wurde die Idee mit dem „StudyUp Award“ ausgezeichnet. Einerseits bietet die ehrenamtliche Mitarbeit bei [wo-ist-eigentlich-lingen.de](http://www.wo-ist-eigentlich-lingen.de) Studierenden die Möglichkeit, einen Einblick in die redaktionelle Arbeit des Online-Journalismus zu bekommen. Andererseits können sie bereits erlernte Inhalte praktisch umsetzen: Beispielsweise wenden sie journalistische Darstellungsformen unter Realbedingungen an und erproben eigenständig Aufgaben des Redaktionsmanagements, der Pressearbeit sowie des Marketings. Außerdem erlernen sie den Umgang mit einem leistungsfähigen Content Management System (CMS).

Das Team von [www.wo-ist-eigentlich-lingen.de](http://www.wo-ist-eigentlich-lingen.de) ist offen für Veränderungen und freut sich auf engagierte Mitglieder, die sich mit Neugier und Spaß in das Onlineportal einbringen. Studierende haben die Möglichkeit, sich die Teilnahme an den Vorlesungen sowie die regelmäßige Redaktionsmitarbeit über einen Zeitraum von zwei Semestern als Medienpraktikum anerkennen zu lassen.

### **unbenotete Prüfungsleistung:**

Regelmäßige Redaktionstätigkeit sowie eigene Beiträge für [www.wo-ist-eigentlich-lingen.de](http://www.wo-ist-eigentlich-lingen.de) (lt. Pflichtenheft)