

24020 - Strategische Unternehmenskommunikation und PR-Evaluation

24020 - Strategic Corporate Communication and PR Evaluation

General information	
Module Code	24020
Unique Identifier	StratUnternK-01-BA-M
Module Leader(s)	Prof. Dr. Kronewald, Elke (elke.kronewald@haw-kiel.de)
Lecturer(s)	Prof. Dr. Kronewald, Elke (elke.kronewald@haw-kiel.de)
Offered in Semester	Sommersemester 2018
Module duration	1 Semester
Occurrence frequency	Regular
Module occurrence	In der Regel im Sommersemester
Language	Deutsch
Recommended for international students	No
Can be attended with different study programme	No

Curricular relevance (according to examination regulations)
Study Subject: B.A. - ÖuU - Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation Module type: Pflichtmodul Semester: 4

Qualification outcome
<i>Areas of Competence: Knowledge and Understanding; Use, application and generation of knowledge; Communication and cooperation; Scientific self-understanding / professionalism.</i>
Kenntnis der theoretischen und praktischen Aufgaben- und Anwendungsfelder der Unternehmenskommunikation. Kenntnis unterschiedlicher Strategien der Unternehmenskommunikation. Kenntnis der wichtigsten Stakeholder eines Unternehmens und ihrer spezifischen Bedürfnisse. Verständnis für die Bedeutung der Kommunikation mit unterschiedlichen externen und internen Stakeholdern in verschiedenen Situationen. Theoretisches, methodisches und konzeptionelles Wissen zu Zielen, Möglichkeiten und Grenzen der PR-Evaluation und des PR-Controllings.
Kritische Reflexion von Konzepten und Umsetzungsbeispielen von Unternehmenskommunikation und PR-Evaluation, Befähigung zur fallorientierten Entwicklung eines Kommunikations- sowie Evaluationskonzeptes.
Einblick in die Facetten der Unternehmenskommunikation zur Identifikation eigener Interessen und Stärken.

Content information	
Content	<p>Die Veranstaltung befasst sich mit den Konzepten, Methoden und Bereichen der strategischen Unternehmenskommunikation, von der Ausrichtung der Unternehmenskommunikation auf die strategischen Ziele der Organisation bis hin zur Evaluation der Kommunikationsaktivitäten.</p> <p>Nach Erläuterung des Strategiebegriffs werden die folgenden Aufgabenfelder anhand von Beispielen vorgestellt und diskutiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationskonzeption - Presse- und Medienarbeit - Interne Kommunikation - Investor Relations/Finanzkommunikation - Issues Management - Risikokommunikation - Krisenkommunikation - Change Kommunikation - CSR-Kommunikation - CEO-Kommunikation - Heritage-Kommunikation <p>Darüber hinaus werden die verschiedenen Ebenen, Theorien, Konzepte und Methoden/Instrumente des Kommunikationscontrollings sowie der PR-Evaluation präsentiert, um darzustellen, wie Wertschöpfung durch Kommunikation erfolgt und der Erfolg- und Wertbeitrag von Kommunikation bestimmt werden kann.</p>
Literature	<p>Besson, N.A. (2008): Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit (3. Auflage). Wiesbaden: VS.</p> <p>Bruhn, M. (2015): Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen (8. Aufl.). München: Vahlen.</p> <p>Hansen, R. & Schmidt, S. (2013): Konzeptionspraxis. Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute (6. Aufl.). Frankfurt: F.A.Z.</p> <p>Mast, C. (2015): Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden (6. Aufl.). Konstanz: UVK.</p> <p>Piwinger, M. & Zerfaß, A. (Hrsg.) (2014): Handbuch Unternehmenskommunikation (2.Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Schmidbauer, K./Jorzik, O. (2017): Wirksame Kommunikation – mit Konzept. Ein Handbuch für Praxis und Studium. Talpa.</p>

Teaching formats of the courses	
Teaching format	SWS
Lehrvortrag	4
Übung	2

Workload	
Number of SWS	6 SWS
Credits	10,00 Credits
Contact hours	72 Hours
Self study	228 Hours

Module Examination	
Examination prerequisites according to exam regulations	None

24020 - Portfolioprfung	Method of Examination: Portfolioprfung Weighting: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No Graded: Yes
--------------------------------	---

Miscellaneous	
Recommended Prerequisites	Teilnahme an den Modulen „Wissenschaftliche Methoden“ (1. Semester), „PR und Kommunikationsmanagement“ (2. Semester), "Marktkommunikation" (3. Semester) und "Corporate Identity" (3. Semester)