

M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation

Name	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Markt-, Unternehmens-, Systemkommunikation
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt in kompakter Form die theoretischen Grundlagen für das Masterstudium der Wirtschaftskommunikation. Es orientiert sich dabei an den Fächern und Inhalten des Bachelorstudienganges und integriert gleichermaßen die spezifischen Fachkenntnisse der Studierenden. Eine einheitliche Wissensbasis und ein gemeinsames Verständnis für die Wirtschaftskommunikation und ihre Aspekte sollen geschaffen werden.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (2 SWS) und Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Das Seminar bietet die Grundlagen der Wirtschaftskommunikation aufbauend auf den Instrumenten, der Psychologie, Soziologie und Wirtschaftswissenschaft, Es stellt dabei ein Grundlage für Studienanfänger dar und ein Kurzrepetitorium für Bachelorabsolventen.
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reinhold Roski

M2 Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung

Name	M2 Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Abschlusspräsentation
Lerngebiet	Markt-, Unternehmens-, Systemkommunikation
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse in den u.g. Seminarinhalten • Verständnis für Wechselwirkung zwischen Struktur, Inhalt und Vortragstechnik in Vermittlungssituationen • Handlungskompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung und Gestaltung von fortgeschrittenen Formen der Präsentation und Vermittlung in der Wirtschaftskommunikation - Persönliche Effektivität in Präsentations- und Vermittlungssituationen <p>Soziale Schlüsselkompetenzen (z.B. Feedback, Achtsamkeit, emotionale Regulation)</p>
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (2 SWS) und Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	<p>Seminarinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Struktur und Gestaltung von Vermittlungsinhalten (z.B. Kommunikationsziel, Argumentationsaufbau, Storylining) - Einsatz und Gestaltung von Vermittlungsinstrumenten und Präsentationsformen (z.B. Formen der Visualisierung, Einsatz von Stilmitteln) <p>Übungsinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen persönlicher Ausdrucks- und Überzeugungskraft - Kommunikations- und Präsentationstraining
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stefanie Rathje

M3 Wirtschaftspsychologie

Name	M3 Wirtschaftspsychologie
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Rahmen dieses Moduls werden unterschiedliche psychologische Aspekte des Wirtschaftslebens untersucht. Studierende erhalten einen Überblick über Theorien, Methoden und Ergebnisse und üben an Fallbeispielen die Anwendung. So wird die Fähigkeit erworben, psychologische Aspekte bei der Gestaltung, Durchführung und Evaluierung kommunikativer Maßnahmen einzuschätzen und erfolgsorientiert zu nutzen.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	Wirtschaftspsychologie
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (4 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Wirtschaft und Mensch; Ausprägungen psychologischer Theoriebildung; Besonderheiten der Anwendung psychologischer Theorien auf wirtschaftliche Kontexte; Ethische Reflexion
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Thomas Simeon

M4 Investor Relations

Name	M4 Investor Relations
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Handlungs- und Entscheidungskompetenz zur kommunikativen Gestaltung erfolgreicher Investor Relations, also der Formen der Beziehungspflege zu den Interessengruppen von Unternehmen und Organisationen in ihrer Financial Community. Dazu gehört ein vertieftes wirtschaftliches Verständnis für Investitionen sowie interne und externe Finanzierungsvorgänge.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	Investor Relations
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (4 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Kommunikative Gestaltung erfolgreicher Investor Relations: <ul style="list-style-type: none"> - Formen der Beziehungspflege zu den Interessengruppen von Unternehmen und Organisationen in der Financial Community - vertieftes wirtschaftliches Verständnis für Investitionen sowie interne und externe Finanzierungsvorgänge
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Reinhold Roski

M5 Markenkonzeption

Name	M5 Markenkonzeption
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaft
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt die wesentlichen aktuellen Ansätze markentheoretischer Forschung sowie die daraus abgeleiteten Instrumente der Markenpolitik. Dieses Wissen wird konzeptionell angewendet. Die Studierenden erlangen so die Fähigkeit, markenrelevante Wettbewerbskontexte zu analysieren und konzeptionelle Markenentscheidungen fundiert zu treffen und zu begründen.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	Markenkonzeption
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (2 SWS) und Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Sämtliche Aspekte des Markenmanagements
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. David Oswald

M6 Projektstudium 1

Name	M6 Projektstudium 1
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftskommunikation
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Status	Wahlpflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Projektstudium werden aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftskommunikation von den Studierenden in einem vorgegebenen Zeitrahmen auf professionellem Niveau bearbeitet. Theoretisches Wissen wird auf praxisnahe Themen angewendet. Die Studierenden eignen sich selbständig vertiefendes Wissen an und arbeiten dabei team- sowie ergebnisorientiert. Sie dokumentieren, präsentieren und veröffentlichen ihre Erkenntnisse.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	Projektstudium 1
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist speziell auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten.
Anerkannte Module	Keine
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	36 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Die Inhalte des Moduls leiten sich aus aktuellen Praxisfragestellungen ab, die mit wissenschaftlichen und gestalterisch Methoden zu bearbeiten sind.
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Stefanie Molthagen-Schnöring

M7 Methoden empirischer Forschung

Name	M7 Methoden empirischer Forschung
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Das Modul vermittelt vertieftes Wissen und Handlungskompetenz in der empirischen Sozialforschung. Dazu werden in der Regel mit Praxispartnern Problemformulierung, Untersuchungsplanung, Datenerhebung, Datenauswertung, Dateninterpretation und Datenpräsentation in realen Beispielen durchgeführt. Die Studierenden kennen durch die unterschiedlichen Projekte verschiedene Ansätze der qualitativen und quantitativen Forschung und lernen ihre Eignung für die jeweilige Forschungsfrage einschätzen.</p> <p>Zusätzlich werden in der Übung soziale und methodische Schlüsselkompetenzen vermittelt und trainiert.</p>
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation
Units (Einheiten)	Methoden empirischer Forschung
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Sommersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (3 SWS) und Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	90 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Vertieftes Wissen und Handlungskompetenz in der empirischen Sozialforschung: Problemformulierung, Untersuchungsplanung, Datenerhebung, Datenauswertung, Dateninterpretation und Datenpräsentation - Schwerpunkt Markt- und Kommunikationsforschung - Ansätze der qualitativen und quantitativen Forschung und deren Eignung für Forschungsfragen - Soziale und methodische Schlüsselkompetenzen
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Kolb

M8 Designkonzeption

Name	M8 Designkonzeption
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Text, angewandte Wirtschaftskommunikation
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt mit unterschiedlichen Methoden und vielfältigen praktischen Anwendungen Handlungs- und Entscheidungskompetenz im Hinblick auf Designkonzeptionen. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, konzeptionelle Designentscheidungen fundiert zu treffen und zu begründen. In der Übung werden soziale und methodische Schlüsselkompetenzen vermittelt und trainiert (z.B. Analyse, Präsentation, Gruppenarbeit, Kritikgespräch).
Notwendige Voraussetzungen	Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation Markenkonzeption Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M5 Markenkonzeption M2 Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung
Units (Einheiten)	Designkonzeption
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Sommersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (2 SWS) und Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Designrelevante Felder der Kommunikation wie CI, Marke, Produktgestaltung, Kommunikationsgestaltung sollen mit Hilfe unterschiedlicher Techniken und Verfahren eine praktische Methodik vermitteln.
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. David Oswald

M9 Interkulturelle Wirtschaftskommunikation

Name	M9 Interkulturelle Wirtschaftskommunikation
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Angewandte Wirtschaftskommunikation
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse in den u.g. Seminarinhalten • Verständnis für <ul style="list-style-type: none"> - Zusammenhang zwischen Kulturbegriff und Ansätzen interkultureller Kommunikation - Unabhängigkeit und Wechselwirkung zwischen menschlicher Kulturalität und Kollektivität in Unternehmen - Gegenständlichkeit und Konstruiertheit von Interkulturalität und deren Auswirkungen auf die Wirtschaftskommunikation - Formen und Ursachen interkultureller Problemszenarien • Handlungskompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> - Analytische und strategische Berücksichtigung interkultureller Aspekte bei der Gestaltung von Unternehmenskommunikation Praktische Gestaltung interner und externer Unternehmenskommunikation in interkulturellen Szenarien
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M3 Wirtschaftspsychologie
Units (Einheiten)	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Sommersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (4 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Theoretische Grundlagen in den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> - Kultur (z.B. Kulturdefinition/Kulturbegriff, Kulturelle Wahrnehmungsprozesse, Kulturelles Gedächtnis) - Kulturerfassung (z.B. Methoden der kulturvergleichenden Psychologie, Ethnologie, Stilforschung) - Kollektivität (z.B. Gruppentheorie, Stereotype, Identität) - Interkultur (z.B. Interkulturalität, Multikulturalität, Multikollektivität, Kohäsion) Anwendungen interkultureller Kommunikation im Bereich der Wirtschaftskommunikation <ul style="list-style-type: none"> - Personalführung - Interne Unternehmenskommunikation - Externe Unternehmenskommunikation
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stefanie Rathje

M10 Medien- und Multimediamanagement

Name	M10 Medien- und Multimediamanagement
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Fach- und Methodenwissen sowie Handlungskompetenzen zu volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Bedeutung von Medien, Nutzerverhalten, Strategischer Planung von Medienunternehmen, Teilbranchen des Mediensektors (z.B. Print, TV und Radio, Internet und Multimedia), Integration und Konvergenz, Internationalem Medienmanagement. Beispiele und praktische Anwendungsfälle werden im Übungsteil vertieft analysiert, beurteilt und zu Lösungen geführt. Zusätzlich werden in der Übung soziale und methodische Schlüsselkompetenzen vermittelt und trainiert.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation
Units (Einheiten)	Medien- und Multimediamanagement
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Sommersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (2 SWS) und Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Volkswirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Medien - Nutzerverhalten - Strategische Planung von Medienunternehmen - Teilbranchen des Mediensektors (z.B. Print, TV und Radio, Internet und Multimedia) - Integration und Konvergenz - Internationales Medienmanagement - Beispiele und praktische Anwendungsfälle - Soziale und methodische Schlüsselkompetenzen
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Antje Hoffmann

M11 Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement

Name	M11 Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Kommunikationswissenschaften
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Theorien und Methoden zum Umgang mit komplexen kommunikativen Kontexten. Besonderer Wert wird auf die Analyse und professionelle Gestaltung von kommunikativen Schnittstellen, auf die organisatorische Bewältigung komplexer Anforderungen und auf die Risikobewertung kommunikativer Maßnahmen gelegt. Studierende erwerben die Kompetenz, in komplexe Kontexte orientierend, moderierend und Ergebnis fördernd einzugreifen.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M4 Investor Relations M3 Wirtschaftspsychologie
Units (Einheiten)	Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Sommersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (4 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Komplexität und Kommunikation; Risikotheorien unterschiedlicher Disziplinen; Schnittstellen in technischer und kommunikativer Ausprägung; Managementkonzepte; Fallbeispiele
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Antje Hoffmann

M12 Projektstudium 2

Name	M12 Projektstudium 2
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Projektarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftskommunikation
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Status	Wahlpflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Projektstudium werden aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftskommunikation von den Studierenden in einem vorgegebenen Zeitrahmen auf professionellem Niveau bearbeitet. Theoretisches Wissen wird auf praxisnahe Themen angewendet. Die Studierenden eignen sich selbständig vertiefendes Wissen an und arbeiten dabei team- sowie ergebnisorientiert. Sie dokumentieren, präsentieren und veröffentlichen ihre Erkenntnisse.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	Projektstudium 2
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist speziell auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten.
Anerkannte Module	Keine
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Sommersemester
Lernform	Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	36 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Die Inhalte des Moduls leiten sich aus aktuellen Praxisfragestellungen ab, die mit wissenschaftlichen und gestalterisch Methoden zu bearbeiten sind.
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Stefanie Molthagen-Schnöring

M13 Unternehmenssoziologie

Name	M13 Unternehmenssoziologie
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul analysiert soziale Beziehungen innerhalb von Unternehmen und Organisationen sowie ihre Verortung in gesamtgesellschaftlichen Strukturen. Die Studierenden lernen, solche Beziehungen zu erkennen und auf den Ebenen der Interaktion, der Organisation und des Systems zu bestimmen. Es wird die Fähigkeit entwickelt, die kommunikativen Auswirkungen solcher Beziehungen zu gestalten und zu steuern.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M11 Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement
Units (Einheiten)	Unternehmenssoziologie
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschafts- oder sozialwissenschaftlichen Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (4 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Gesellschaftstheorie; soziologische Organisationstheorie; Methoden der Analyse und Bewertung sozialer Strukturen in Unternehmen; Medien und Organisation; Netzwerke; Genderfragen.
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Thomas Simeon

M14 Führung und Kommunikation

Name	M14 Führung und Kommunikation
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse in den u.g. Seminarinhalten • Verständnis für <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation als Kern der Personalführung - Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Führungsansätzen und Führungsverhalten - Eignung unterschiedlicher Führungsansätze und Führungsinstrumente in Abhängigkeit situativer Rahmenbedingungen - Persönliche Präferenzen und Fähigkeiten im Bereich der Führungskommunikation (Self Awareness) • Handlungskompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung eines Pools möglicher Handlungsoptionen in Führungssituationen - Situationsanalyse und Auswahl situationsgeeigneten Führungsverhaltens
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M3 Wirtschaftspsychologie M5 Markenkonzeption M8 Designkonzeption
Units (Einheiten)	Führung und Kommunikation
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (2 SWS) und Übung (2 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Prüfungsformen	Klausur, Hausarbeit oder schriftlich ausgearbeitetes Referat
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Führungstheorien, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Eigenschaftstheorie - Motivationstheorie - Führungsstile - Rollentheorie - Gendertheorien - Systemische/symbolische Führung - Organisationsentwicklung - Gruppendynamik Instrumente der Personalführung, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Einsatz von Persönlichkeits- oder Führungsstil-Assessments - Analyse von Gruppenprozessen und Teamstrukturen - Einsatz Assessment Center Führungstechniken, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Moderationsfähigkeiten - Methoden der Konfliktlösung - Coaching

Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stefanie Rathje

M15 Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation

Name	M15 Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Hausarbeit oder mündliche Prüfung
Lerngebiet	Wirtschaftskommunikation in Theorie, Forschung und Praxis
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul gibt Einsicht in aktuelle Praxis- und Forschungsaktivitäten innerhalb und außerhalb des Studienganges Wirtschaftskommunikation im nationalen und internationalen Kontext. Die Studierenden lernen unterschiedliche Arbeits- und Anwendungsperspektiven kennen, die Reichweite des Faches einzuschätzen, zu diskutieren und zu evaluieren. Dies fördert die integrative Sichtweise auf ein heterogenes, interdisziplinäres Arbeitsfeld und stärkt die Managementkompetenz der Teilnehmenden.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Alle Veranstaltungen der vorausgegangenen Semester
Units (Einheiten)	Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul hat für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation spezifischen Charakter und ist für andere Studiengänge der FHTW nur sehr eingeschränkt verwendbar.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (4 SWS)
Gesamtworkload	180 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Offener Inhaltscharakter, wechselnde Inhalte pro Semester, je nach aktueller Diskussions- und Forschungslage bzw. relevanter Praxisdimension, die von den Teilnehmern eingebracht werden. Die Veranstaltung bietet die Gelegenheit, Forschungsarbeiten und Praxisthemen von Lehrenden des Fachs an der FHTW, von Berliner Dozenten anderer Hochschulen in den Kommunikations- und Medienwissenschaften bzw. der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation, Gastdozenten anderer nationaler und internationaler Hochschulen sowie interessanter Praktiker vorzustellen und zu diskutieren. Außerdem sollen Absolventen des Studiengangs die Gelegenheit bekommen, aus ihrem Arbeitsalltag zu berichten. Die Veranstaltung hat das Ziel, die Praxisorientierung und die Netzwerkbildung des Studiengangs zu fördern.
Literatur	Wechselnde themenspezifische Literaturhinweise
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Simeon

M16 Internationales Marketing

Name	M16 Internationales Marketing
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Klausur oder Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Fach- und Methodenwissen sowie Handlungskompetenzen zu Strategischen Konzepten zur Internationalisierung von Unternehmen, Rahmenbedingungen des internationalen Marketings, Strategischen Marktentscheidungen, Marketinginstrumenten im internationalen Einsatz, Kommunikation im internationalen Kontext, Managementmethoden und -prozessen des internationalen Marketings.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M5 Markenkonzeption M9 Interkulturelle Wirtschaftskommunikation
Units (Einheiten)	Internationales Marketing
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten. Eine Verwendung in anderen wirtschaftswissenschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen oder medienorientierten Studiengängen ist möglich.
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (4 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Strategische Konzepte zur Internationalisierung von Unternehmen - Rahmenbedingungen des internationalen Marketings - Strategische Marktentscheidungen - Marketinginstrumente im internationalen Einsatz - Kommunikation im internationalen Kontext - Managementmethoden und -prozesse des internationalen Marketings
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Antje Hoffmann

M17 Projektstudium 3

Name	M17 Projektstudium 3
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	6 Leistungspunkte
Prüfungsform	Projektarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftskommunikation
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Status	Wahlpflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Projektstudium werden aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftskommunikation von den Studierenden in einem vorgegebenen Zeitrahmen auf professionellem Niveau bearbeitet. Theoretisches Wissen wird auf praxisnahe Themen angewendet. Die Studierenden eignen sich selbständig vertiefendes Wissen an und arbeiten dabei team- sowie ergebnisorientiert. Sie dokumentieren, präsentieren und veröffentlichen ihre Erkenntnisse.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	Projektstudium 3
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist speziell auf den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeschnitten.
Anerkannte Module	keine
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Übung (4 SWS)
Gesamtworkload	180 Stunden
Anteil Präsenzzeit	72 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Die Inhalte des Moduls leiten sich aus aktuellen Praxisfragestellungen ab, die mit wissenschaftlichen und gestalterisch Methoden zu bearbeiten sind.
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Stefanie Molthagen-Schnöring

M18 AWE 1

Name	M18 AWE 1
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	2 Leistungspunkte
Prüfungsform	Hausarbeit
Lerngebiet	AWE
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreie Module
Status	Wahlpflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Kenntnisse und Fähigkeiten entsprechend den Inhalten und Zielen des ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmoduls.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	AWE 1
Verwendbarkeit des Moduls	Innerhalb des AWE-Studiums
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	in jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (2 SWS)
Gesamtworkload	60 Stunden
Anteil Präsenzzeit	36 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Die Inhalte der AWE sollten sich nicht mit den Kerninhalten der Hauptstudienfachs überschneiden.
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stefanie Molthagen-Schnöring

M19 AWE 2

Name	M19 AWE 2
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	2 Leistungspunkte
Prüfungsform	Hausarbeit
Lerngebiet	AWE
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreie Module
Status	Wahlpflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Kenntnisse und Fähigkeiten entsprechend den Inhalten und Zielen des ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmoduls.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Units (Einheiten)	AWE 2
Verwendbarkeit des Moduls	Innerhalb des AWE-Studiums
Anerkannte Module	Module gleichen Inhalts und gleicher workload aus anderen Studiengängen werden anerkannt.
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Wintersemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht (2 SWS)
Gesamtworkload	60 Stunden
Anteil Präsenzzeit	36 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Die Inhalte der AWE sollten sich nicht mit den Kerninhalten der Hauptstudienfachs überschneiden.
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neusten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stefanie Molthagen-Schnöring

M20 Masterarbeit

Name	M20 Masterarbeit
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	25 Leistungspunkte
Prüfungsform	Schriftliche Hausarbeit
Lerngebiet	Wirtschaftskommunikation
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Durch die Anfertigung der Masterarbeit lernen die Studierenden die selbstständige wissenschaftliche Bearbeitung eines Themas der Wirtschaftskommunikation. Die im Studium erworbenen Theorie- und Methodenkenntnisse werden auf eine komplexe Fragestellung angewendet, der Stand der Forschung reflektiert und ein erkennbarer eigener wissenschaftlicher Beitrag geleistet. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, sich erfolgreich in den wissenschaftlichen Kontext einzubringen.
Notwendige Voraussetzungen	Siehe Prüfungsordnung § 5
Empfohlene Voraussetzungen	Entfällt
Units (Einheiten)	Masterarbeit
Verwendbarkeit des Moduls	–
Anerkannte Module	–
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Sommersemester
Lernform	–
Gesamtworkload	750 Stunden
Anteil Präsenzzeit	0
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Empirische, theoretische oder historische Fragestellungen aus dem Bereich der Wirtschaftskommunikation
Literatur	–
Modulverantwortliche(r)	Prüfungsausschuss

M21 Masterseminar

Name	M21 Masterseminar
Dauer	1 Semester
Leistungspunkte	5 Leistungspunkte
Prüfungsform	Mündliche Abschlussprüfung
Lerngebiet	Wirtschaftskommunikation
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Status	Pflichtmodul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Seminar vermittelt die Kompetenz, ein eigenständig zu bearbeitendes Thema vor kompetenter Zuhörerschaft zu erläutern. Zunächst werden Arbeitsergebnisse vor Mitstudierenden referiert und einer kritischen Diskussion unterzogen. In der mündlichen Abschlussprüfung ist der Inhalt der Masterarbeit der Prüfungskommission zu präsentieren und im Kontext des Faches Wirtschaftskommunikation zu vertreten.
Notwendige Voraussetzungen	Siehe Prüfungsordnung § 6
Empfohlene Voraussetzungen	–
Units (Einheiten)	Masterseminar
Verwendbarkeit des Moduls	–
Anerkannte Module	–
Häufigkeit des Angebotes	In jedem Sommersemester
Lernform	Übung (1 SWS)
Gesamtworkload	150 Stunden
Anteil Präsenzzeit	18 Stunden
Teilprüfungen	Keine
Prüfungsbewertung	Differenziert
Inhalte	Anforderungen an wissenschaftliche Abschlussarbeiten; Prozessbegleitung; Inhalte der aktuellen Abschlussarbeiten
Literatur	Die Seminarliteratur orientiert sich an den jeweils neuesten einschlägigen Veröffentlichungen. Eine detaillierte Liste wird den Studierenden zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gemacht.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Reinhold Roski