

<b>Modultitel Deutsch: Kommunikation in Unternehmen</b>			
<b>Studiengang:</b> BA Kultur--- und Kommunikationswissenschaften			
1	<b>Modulnummer:</b> KKW 422	<b>Status:</b> Theorie	<b>Sprache:</b> Deutsch
2	<b>Fachsem.</b> 8	<b>ECTS</b> 4	<b>Workload</b> 3
3	<p><b>Lehrinhalte:</b></p> <p><b>3.1. Hintergrund und Verhältnis zu anderen Modulen:</b> Das Modul ist Teil des Semesterschwerpunkts „Kulturmanagement und –ökonomie“. Es beinhaltet eine Vertiefung und Anwendung von aus theorieorientierten Modulen aus dem Bereich B vermittelten Kenntnissen. Es steht in enger Beziehung zu Modulen im Bereich C und D, so z.B. „Kultur--- und Medienökonomie“.</p> <p><b>3.2. Inhalt:</b> Das Modul vermittelt Kenntnisse zu Kommunikationsprozessen in Unternehmen anhand von klassischen Modellen der Organisationssoziologie und exemplarisch ausgewählter Empirie. Es werden die Schlüsselbegriffe zur Erhebung und Analyse von Kommunikationsvorgängen in Erwerbsorganisationen erläutert. Weiterhin werden die Studierenden mit methodischen Vorgehensweisen und Instrumenten der Erhebung von Unternehmenskommunikation vertraut gemacht. Die Studierenden lernen anhand von Fallstudien die Analysebegriff anzuwenden und empirische Ergebnisse zu interpretieren.</p>		
4	<p><b>Erworbene Kompetenzen:</b></p> <p><b>4.1. Fachliche Kompetenzen:</b> Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul verfügen die Studierenden über das grundlegende Wissen zur Erhebung, Analyse und Interpretation von Unternehmenskommunikation. Sie können die klassischen organisationssoziologischen Modelle erläutern und anhand von Fallbeispielen anwenden.</p> <p><b>4.2. Allgemeine Kompetenzen:</b> Das Modul vermittelt allgemeine Kompetenzen im Umgang mit interdisziplinären Modellen und Begriffen. Befähigungen zur Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Modelle auf praktische Aufgabenstellungen.</p>		
5	<p><b>Grundlegende Literatur:</b> Manfred Piwinger, Ansgar Zerfaß,(Hrsg.) Handbuch Unternehmenskommunikation, Gabler, Wiesbaden, 2007.</p>		