

M16 PR und Pressearbeit					
Kennnummer M16	Workload 250 h	Credits 10	Studien- semester 3. oder 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen PR und Pressearbeit	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße ca. 15–20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Bedeutung der PR im Rahmen des Kommunikationsmix und der Unternehmenskommunikation verstehen, ▪ mit spezifischen Zielgruppen (wie Journalisten, Mitarbeitern, Kunden, Investoren) adäquat zu kommunizieren, ▪ den Einsatz von Social Media und die Bedeutung des Issue Managements im Rahmen der PR zu verstehen und anwenden zu können, ▪ eine Pressemitteilung zu schreiben und weitere presserelevante Unterlagen (wie Pressemappen) zu erstellen und mittels einer Medienresonanzanalyse eine Erfolgskontrolle durchzuführen, ▪ einen Imagefilm zu konzeptionieren und zu produzieren, ▪ die Grundlagen der Krisenkommunikation zu verstehen und anwenden zu können. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> ▪ Theorieansätze zur PR ▪ Bedeutung der PR im Rahmen der integrierten Unternehmenskommunikation ▪ Anspruchsgruppen der PR ▪ Kommunikation mit Journalisten und die entsprechenden Instrumente (Pressemitteilung, PK, Pressemappe, Pressegespräche, Online-Kommunikation) ▪ Grenzen der werblichen Beeinflussung von Journalisten (ethische Aspekte) ▪ Erfolgskontrolle der Pressearbeit: Medienresonanzanalyse ▪ PR-Kommunikation mit Kunden (insb. Social Media-PR) ▪ Mitarbeiterkommunikation ▪ Investor Relations ▪ Kommunikation mit ‚Staat/Government‘: Lobbying ▪ Multimediale Instrumente der PR: Konzeption und Produktion eines (Web-)Imagefilms ▪ Issue Management und Krisenkommunikation 				
	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Fallstudien und Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Teilnahme/Erkenntnis aus folgendem Modul wird empfohlen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Managementtechniken A und B ▪ Besuch der Core Modules 				
6	Prüfungsformen: Projektdokumentation; Umfang: 20–25 Seiten (Bearbeitungszeit: 80 Zeitstunden)				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestandene Modulabschlussprüfung (Projektdokumentation)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10/180
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Claudia Gerhards (Modulverantwortliche)
11	Sonstige Informationen (z.B. Literatur): Am Anfang des Semesters wird Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bogula, Werner: Leitfaden Online-PR, Konstanz 2007 ▪ Röttger, Ulrike (Hrsg.): Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung, Wiesbaden 2004 ▪ Röttger, Ulrike et al.: Grundlagen der Public Relations, Wiesbaden 2011 ▪ Schindler, Marie-Christine/Tapio Liller: PR im Social Web. Das Handbuch für Kommunikationsprofis, 2. Aufl., Köln 2012 ▪ Schulz-Bruhdoel, Norbert: Die PR und Pressefibel. Zielgerichtete Medienarbeit, 5., stark erw. Aufl., Frankfurt/M. 2010 ▪ relevante aktuelle Literatur