

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Strategic Communication		06-MK-SC-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
In dem Seminar beschäftigten sich die Studierenden kreativ mit der Analyse von Marken und dem Entwerfen von Markenpositionierungen und darauf abgestimmten Kommunikationsstrategien. Die Studierenden lernen, wie man mittels strategischer Kommunikation Marken erfolgreich am Markt platzieren kann.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden setzen sich u. a. mit der Markenkommunikation auseinander, wenden das Wissen durch eigene Projekte zur Markenpositionierung an und lernen praxisnah, wie strategische Kommunikation im Bereich von Markenkommunikation eingesetzt wird.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)		